



It's Yours Productions



**Universitat Autònoma
de Barcelona**

**TUTORA:
TERESA SALA I BATLLE**

Feliu Esteve Pons
1458388
4rt Grau Comptabilitat i Finances

Índex

1.	RESUM EXECUTIU	- 4 -
a.	It's Yours Productions	- 4 -
b.	Necessitats i solucions	- 4 -
c.	Aspectes diferenciadors	- 4 -
d.	Equip	- 4 -
e.	Estat actual	- 4 -
f.	Passes futures	- 5 -
g.	Mercat objectiu i competència	- 5 -
h.	Projeccions financeres	- 5 -
i.	Necessitats financeres	- 5 -
j.	Aliances	- 5 -
k.	Grau de protecció	- 5 -
2.	IDEA DE NEGOCI	- 6 -
3.	MISSIÓ, VISIÓ I VALORS	- 6 -
4.	PERFIL EMPRENEDOR	- 6 -
5.	ANÀLISI EXTERN	- 7 -
a.	Entorn polític	- 8 -
b.	Entorn legal	- 8 -
c.	Entorn econòmic	- 9 -
d.	Entorn sociocultural	- 9 -
e.	Entorn tecnològic	- 9 -
f.	5 forces de Porter	- 9 -
i.	Clients	- 9 -
ii.	Competència del mercat	- 10 -
iii.	Nous competidors	- 10 -
iv.	Proveïdors	- 11 -
v.	Productes substitutius	- 12 -
6.	ESTUDI DE MERCAT	- 12 -
a.	Estudi del mercat objectiu	- 12 -
b.	Entorn competitiu	- 17 -
i.	Competència directa	- 17 -
ii.	Competència indirecta	- 18 -
c.	Anàlisi DAFO	- 19 -
7.	PLA DE MÀRQUETING	- 20 -

a.	PUBLIC OBJECTIU	- 20 -
b.	PRODUCTE/SERVEI	- 21 -
c.	PREU	- 23 -
d.	COMUNICACIÓ	- 24 -
e.	DISTRIBUCIÓ	- 26 -
f.	PRESSUPOST	- 26 -
g.	DISTRIBUCIÓ TEMPORAL	- 28 -
i.	Temporalització a sis mesos	- 28 -
ii.	Temporalització a partir de sis mesos	- 28 -
8.	PLA D'ORGANITZACIÓ I GESTIÓ	- 28 -
h.	OBJECTIUS	- 28 -
i.	ORGANITZACIÓ	- 29 -
9.	PLA JURÍDIC	- 29 -
j.	CONTRACTES	- 29 -
k.	LLICÈNCIES	- 29 -
l.	PATENTS	- 29 -
m.	ASSEGURANCES	- 30 -
n.	GESTORIA	- 30 -
10.	PLA FINANCER	- 30 -
o.	FONTS DE FINANÇAMENT	- 30 -
p.	VIABILITAT ECONÒMICA	- 32 -
	Fluxes de tresoreria	- 34 -
	Liquidacions IVA	- 35 -
	Compte de resultats	- 36 -
11.	CONCLUSIONS	- 37 -
12.	BIBLIOGRAFIA	- 40 -
13.	ANNEXES	- 42 -

1. RESUM EXECUTIU

a. It's Yours Productions

It's Yours Productions (Produccions Esteve en català) neix de la curiositat màxima d'un jove emprenedor, Feliu Esteve, Jo. Observava com no tothom podia gaudir de les festes, esdeveniments i celebracions tal i com ho somiaven, i em preguntava: Per què no puc posar aquest món a l'abast de tothom? A partir de llavors aquesta idea al meu cap s'ha format i fonamentat fins constituir aquest projecte.

It's Yours Productions (IYP), patentat aquest 2020 sota el meu nom, treballo amb l'únic objectiu de posar a l'abast de tothom aquest món de la il·luminació i sonorització.

b. Necessitats i solucions

Aquest nou projecte té la principal necessitat d'oferir els seus serveis a tothom, a partir de preus assequibles per a totes les butxaques.

Per això, compto amb equips versàtils per a tot tipus de petits esdeveniments i equips de les primeres marques per als esdeveniments més desafiants.

c. Aspectes diferenciadors

It's Yours Productions és un projecte nou, la nostra proposta de valor és la de oferir un servei a priori selectiu, a l'abast de tothom, a partir de preus baixos.

IYP compta amb equips molt versàtils per poder fer front al seu principal objectiu. Amb acords entre altres marques i entitats per poder oferir serveis complementaris per a les persones més ambicioses, amb això aconsegueixo reduir despeses i poder fer realitat aquest objectiu.

d. Equip

Feliu Esteve, jove emprenedor de 21 anys d'edat. Amb molta energia i passió per aquest projecte treballat durant molt de temps de manera interior i que ara ha tret a la llum.

Entregat amb tot allò que fa i cuidadós amb els petits detalls, factor essencial pel futur èxit del projecte.

3 anys d'experiència en el sector, amb diferents treballs, principalment com a tècnic de il·luminació en diverses entitats i empreses de Sabadell i Sant Quirze del Vallès.

e. Estat actual

Ens trobem en una època dura, per la qual cosa s'haurà de treballar molt dur. Crisi econòmica mundial que afecta tant a famílies com a empreses, factor que tenim i tindrem molt present.

He treballat per entitats de Sant Quirze com Espai d'Arts Escèniques i l'Associació Cannàbica. I per empreses com les AMPA's Taula Rodona, Lola Anglada, Purificació Sala i IES Sant Quirze, tots ells de Sant Quirze, i de Sabadell, Nostra Llar.

Haig de tenir en compte la situació actual (Covid-19) la qual ha marcat un abans i després.

f. Passes futures

Davant d'aquesta situació serà més important que mai aplicar el meu principal objectiu, preus baixos a l'abast de tothom, i petits esdeveniments (poder facturar més ràpid).

El principal repte que se'ns plantejarà serà mantenir el nivell de modernització sempre al màxim possible quan obrim la nostra oferta de serveis a esdeveniments de mitjanes dimensions.

g. Mercat objectiu i competència

El mercat objectiu seran totes aquelles persones, entitats i empreses amb necessitats de realitzar esdeveniments petits (festes d'aniversari, casaments, convencions, concerts, conferències, etc.) amb línies pressupostaries limitades o no.

Després d'aquesta pandèmia (Covid-19) hi ha moltes celebracions que no s'han pogut celebrar i per tant, més oportunitats de negoci, però també reduccions d'ingressos i per tant menys confiança per contractar.

h. Projeccions financeres

	Any 1	Any 2	Any 3
Ingressos	2.809,92€	5.454,55 €	9.421,49 €
Despeses	- 5.020,27 €	- 6.775,63 €	- 8.095,63 €
Marge Brut	- 2.210,36 €	- 1.321,09 €	1.325,86 €

i. Necessitats financeres

No requereixo de més inversions a part de la pròpia i del extret de subvencions.

j. Aliances

Compto amb acords amb l'empresa Eufòria, de Sant Quirze del Vallès, dedicada a animacions i decorats amb la qual puc oferir un servei complementari en els meus serveis.

També tinc un acord amb l'entitat Associació Diables de Sant Quirze amb els qual puc oferir serveis complementaris d'efectes especials basats amb pirotècnia i d'animacions amb foc.

k. Grau de protecció

It's Yours Productions, marca patentada a abril del 2020 i protegida fins abril del 2030.

Aquest sector compta amb barreres d'entrada per la forta inversió que requereix l'inici d'activitat d'aquest mercat. Jo la supero a partir d'una inversió econòmica no gaire forta degut a una inversió forta en material (econòmicament compto amb ajudes i inversió personal).

L'abast geogràfic d'aquest sector es veu afectat per la seva distribució, la qual és costosa i per tant, limita aquest abast geogràfic.

2. IDEA DE NEGOCI

It's Yours productions (IYP) és un projecte empresarial d'il·luminació i so i efectes especials. Especialitzat en la il·luminació, dedicat al sector de la creació i animació d'esdeveniments, ubicat a la població de Sabadell, al Vallès occidental.

El sector dels espectacles està en creixement, i hi ha poques empreses del sector. It's Yours productions no només oferirà els serveis d'il·luminació i so per a un gran ventall d'esdeveniments, sinó que a més, oferirà el servei d'efectes especials amb pirotècnia, cada cop més sol·licitats en espectacles (sobretot en grans esdeveniments).

El nostre tret diferenciador serà aquest, oferir un servei molt vistós, espectacular i motivant a un sector que fins ara no era existent, la incorporació d'efectes especials en petits i mitjans espectacles. Actualment en els esdeveniments es contracta so i llums a la mateixa empresa per comoditat, i els efectes especials normalment en empreses especialitzades, ara bé, i si poguéssim unificar aquests tres factors en una sola empresa?

It's Yours Productions centrarà la seva activitat a un mercat molt extens, no ens centrarem en cap franja d'edat sinó en el tipus de servei que volem oferir i cap a qui el volem oferir, ja que l'avantatge d'aquest sector és que amb el mateix material pots oferir diferents serveis, com per exemple: el teatre, concerts, festes populars, passarel·les, monòlegs, festes privades, etc. Per això, voldrem oferir els nostres serveis a un sector minoritari amb menys poder adquisitiu però que té un volum de demanda molt elevat.

3. MISSIÓ, VISIÓ I VALORS

La missió d'IYP serà la de posar a l'abast de tothom els millors espectacles. Pretenc que els meus serveis no agafin preus estratosfèrics com solen adoptar en aquest sector per què tothom es pugui permetre gaudir del nostre servei.

La visió d'IYP serà la de donar vida als espectacles a un preu assequible. Pretenc que se'm reconegui per la professionalitat i excel·lència dels meus serveis, però també per la meva oferta a l'abast de tothom.

Sempre defensaré els **valors** de:

- Professionalitat del treball
- Respecte pel medi ambient
- Factor humà com ha prioritat
- Excel·lència en el servei/producte

4. PERFIL EMPRENEDOR

Em dic Feliu Esteve, tinc 21 anys, durant els darrers tres anys he treballat en aquest sector i m'he format de forma autònoma, la idea de crear un projecte empresarial propi em ronda pel cap des que vaig entrar en aquest sector. La meua experiència ha sigut principalment treballant en petits esdeveniments i puntualment en alguns de dimensió més gran, principalment com a tècnic de il·luminació, rarament com a tècnic de so, també com a DJ en petites festes d'escoles, casals i aniversaris.

Amb aquest projecte pretenc veure la viabilitat del projecte per tal de posar-ho a la practica posteriorment, el meu objectiu és dedicar-me professionalment en aquest sector,

Gràcies a aquests 3 anys subcontractat en el sector, he anat adquirint material tècnic poc a poc, cosa que em serà favorable en el moment d'arrancar aquest projecte, ja que la inversió econòmica inicial

necessària no serà tant elevada. Tanmateix que he anat fent contactes, de tal manera que ja tindrà una mínima influència al mercat.

Tot això sumat a una gran motivació personal per engegar aquest projecte empresarial, un projecte de vida que considero que tinc els coneixements necessaris per arrencar després d'estar pràcticament graduat en Comptabilitat i Finances a la Universitat Autònoma de Barcelona i havent realitzat petites formacions específiques i 3 anys d'experiència del sector, tot i això tinc l'ull posat en diversos estudis específics com és un màster en creació d'espectacles en viu que es realitza a Madrid, per fer a un o dos anys vista en relació als objectius perseguits pel projecte, aquests estudis estan orientats per la creació d'espectacles de mitjanes i grans dimensions.

A curt termini tinc l'ull posat en cursos online de tècnic d'il·luminació i so.

5. ANÀLISI EXTERN

COVID-19: Al llarg de tot el projecte empresarial hi ha notes explicant com varia actualment el treball degut al Covid-19, ja que tot aquest estudi ja estava finalitzat anteriorment a tota aquesta situació.

Em trobo en un mercat amb poca competència, degut a les seves barreres d'entrada, el mercat de la il·luminació i el so és un mercat que requereix fortes inversions en material, i que el seu preu és elevat.

A més, és un mercat on normalment la demanda no sol ser alta, degut al seu preu d'oferta. Per aquest motiu i en relació a la nostra essència d'empresa pretenc focalitzar-me a un públic "minorista", aquell públic que busca espectacles petits a un preu assequible, des d'un casament fins a una festa d'aniversari.

It's Yours Productions neix amb l'objectiu de donar vida als espectacles a un preu assequible, per això concorda perfectament la meua missió i visió empresarial amb el meu objectiu al mercat.

Aquest sector "minorista" del mercat, és un sector molt ampli, en el qual introduir-nos a uns preus assequibles seria una prioritat ja que les altres empreses no ofereixen aquest servei directe a petits consumidors, si que empreses competidores ofereixen serveis de lloguer de material a preus assequibles, ara bé, el nostre objectiu per tal de fer més atractiva la nostra oferta és la oferta de "packs" per a petites festes. Per exemple, per la contractació de llums i so es faria una oferta, igualment per la contractació dels tres serveis que oferim com a empresa realitzaríem una oferta més atractiva pel consumidor del nostre servei.

Degut a que els serveis que ofereixo requereixen un transport, el nostre mercat objectiu seria limitat territorialment més aviat a la província de Barcelona, ja que el transport té un cost, si el servei s'ha d'oferir geogràficament lluny el cost del servei s'hauria d'augmentar per no tenir pèrdues i perdria atractivitat així com la nostra essència del preu més assequible.

Un cop definit el mercat objectiu i el posicionament geogràfic, definiré tots els productes semblants i/o substitutius que em trobo en aquest mercat. Recordem que el meu mercat objectiu serà el dels petits espectacles, des dels que el client demani un servei personalitzat (concerts petits, casaments, etc.) fins a la demanda de serveis estandarditzats (festes petites, casaments, discoteques mòbils, etc.).

Trobo al mercat que respecte a serveis personalitzats existeixen empreses establertes, competidores fortes però dirigides sobretot a grans espectacles, factor a favor meu, la qual cosa m'afavoreix si m'especialitzo en espectacles petits (necessitat de menys existències de material) i per tant podré competir en preus amb aquestes empreses en aquest sector.

D'altra banda, tinc el sector més estandarditzat, amb "packs", generalment les empreses que ofereixen aquest servei són particulars o empreses dedicades a la venda de productes del sector i que a més,

ofereixen aquest servei. Les empreses no em preocupen en excés ja que no em centro en aquest sector, ara bé, els particulars, especialistes en aquest tipus d'espectacles seran els competidors més forts del sector, amb els que podré lluitar en imatge, genera més confiança una imatge empresarial.

Per acabar aquest anàlisi extern, It's Yours Productions pretén oferir els típics serveis d'il·luminació i so a més de serveis d'efectes especials, el quals es basen en efectes realitzats sense necessitat de titulació especial com podrien ser els llançadors d'espurnes, de flames, de CO₂, de confeti i de serpentes. Aquests efectes especials que ofereixo no estan subjectes a cap legislació especial, amb la qual cosa amb la mateixa empresa podem oferir aquest servei sense problema i sense permisos especials.

El problema que se'm planteja amb aquests efectes especials és el seu cost, sobretot en el cas dels llançadors de flames, espurnes i CO₂, tenen uns consumibles que tenen un cost elevat que fa encarir el cost del servei i per això són menys contractats, ara bé són molt ben vistos en espectacles com casaments i concerts, amb la qual cosa amb l'oferiment de "packs" com nombràvem anteriorment incorporant aquest tercer servei de l'empresa podem facilitar la seva introducció als nostres serveis i aconseguir així una satisfacció major dels clients i buscar la fidelització d'aquests.

Les empreses competidores no solen treballar amb aquest material d'efectes especials, concretament amb els llançadors de consumibles (foc, espurnes i CO₂) ja que el cost d'adquisició sol ser elevat igual que el cost dels consumibles. Per aquestes dificultats, compto amb aliances com Diables de Sant Quirze del Vallès amb els que podem oferir servei de foc fred i disparadors de foc a un preu molt menor.

COVID-19: el nostre context canvia força, no només en la composició, més aviat en la nostra distribució temporal. Principalment em de destacar que la situació actual suposa una crisi econòmica global molt important, amb la qual cosa el nostre públic tindrà un poder adquisitiu molt menor, aspecte fonamental a tenir a compte que analitzarem en aquesta secció de l'apartat del Pla de Màrqueting i Operatiu principalment.

a. Entorn polític

Actualment ens trobem en un entorn polític inestable, on en els darrers dos anys no s'ha pogut formar govern a l'estat Espanyol, a més, en els últims dos anys s'ha intensificat el conflicte polític entre Catalunya i Espanya, cosa que a priori les autoritats alerten de les conseqüències negatives d'aquest conflicte en l'economia catalana i espanyola, l'economia global disminueix, en conseqüència la renda per càpita; i en motiu, la capacitat adquisitiva de les persones, per tant, la capacitat per celebrar esdeveniments amb més freqüència, per tant, aquest conflicte no ens afecta de forma directa, ara bé, com he explicat ens afecta de forma indirecta en relació a la capacitat adquisitiva i de realització d'esdeveniments.

b. Entorn legal

En relació a l'entorn legal del nostre sector no manté regulacions especialment estrictes, no pel que fa a la il·luminació i el so, tan sols les directives dels ajuntaments a tenir en compte sobre els decibels permesos en cada zona horària de realització de cada esdeveniment, així com la autorització corresponen per la utilització del degut espai, i en cas que calgui, de la presa de corrent.

En canvi, respecte els efectes especials mantenen una regulació més específica, en especial els efectes especials amb pirotècnia, ara bé, durant els primers 5 anys no ens proposem treballar amb pirotècnia degut als permisos requerits, ja que ens centrarem en el creixement segur i ferm de l'empresa per tal de guanyar quota de mercat, per això els efectes especials els tractarem amb màquines d'efectes especials

que no requereixen permisos especials, com ara els tiradors de foc, tiradors d'espurnes, de CO2 i els tiradors de confeti i serpentines.

c. Entorn econòmic

Ens trobem davant d'una societat sense excessiu poder adquisitiu degut a una llarga crisi del 2007, de la que 12 anys després no se'n treu aigua clara; sumat a la situació política entre Catalunya i Espanya la qual bloqueja el creixement econòmic de l'economia.

Per tant, amb aquest argument fem més ferma la nostra proposta de fer negoci "low cost" en el mercat de la il·luminació i el so i els efectes especials, recordem que és un sector de per si amb un cost elevat.

COVID-19: entrem en una crisi econòmica important, segons els experts serà pitjor que la del 2008, l'actual govern parla d'ajudes als autònoms i pimes, estudiarem l'evolució de la situació amb deteniment a noves ajudes o incentius per a emprenedoria, tenint en compte que l'economia ha patit un cop molt gran, al govern li interessarà reactivar-la i per tant no descarto que apliquin incentius per a noves empreses i emprenedors, factor que podria aprofitar.

d. Entorn sociocultural

A Catalunya, existeix una pluralitat de cultures, que conviuen, amb tradicions diferents, el fet que aquest sigui un territori tan plural culturalment parlant, no té un efecte directe i de gran repercussió en el nostre sector, amb la qual cosa, he de tenir en compte en quin entorn sociocultural ens trobem, però aquest no afecta de manera considerable al nostre pla d'empresa.

Amb la qual cosa no hem centrat en cap entorn sociocultural en concret, ja que els nostres serveis no entenen de cultures, l'avantatge principal del sector de la il·luminació i el so és que amb el mateix equip es poden crear espectacles per a múltiples necessitats, per aquesta raó no ens centrem en cap ambient sociocultural en concret.

e. Entorn tecnològic

A Espanya no hi ha investigació sobre aquest sector, amb la qual cosa no hi ha empreses fabricants de il·luminàries, aquest sector es trasllada més aviat a Alemanya i Xina, on hi ha una gran multitud d'empreses fabricants de il·luminàries, equips de so i accessoris.

Respecte l'entorn tecnològic de les il·luminàries, ens trobem amb un sector en clar creixement tecnològic. En que ha sofert un canvi molt elevat en les il·luminàries permetent crear noves il·luminàries a partir de les existents, cosa que abans era pura imaginació, un exemple són les il·luminàries BEAM, les quals són una combinació de les SPOT i les WASH en una mateixa, un 2 en 1, aquestes noves BEAM han agafat molta força en el mercat i actualment són les indispensables per a qualsevol esdeveniment.

f. 5 forces de Porter

i. Clients

Els clients tenen un poder de negociació més considerable en aquest sector de mercat d'esdeveniments petits, ja que hi ha més presència de productes substituïts a l'abast de més públic.

En el cas de l sector de mercat d'esdeveniments més grans aquest poder de negociació es veu molt reduït degut a la poca oferta disponible i la inexistència de productes substituïts.

Per això, és important marcar una diferència amb els nostres preus, que no siguin un problema d'accessibilitat, i sobretot en l'atenció al client.

COVID-19: els clients perden poder adquisitiu i per tant poder de negociació, ara bé ens seria molt interessant vetllar pels interessos dels nostres futurs clients rebaixant aquest marge de benefici inicial així aconseguint una fidelitat més ferma entre les dues bandes, en els moments difícils és quan es mostren les relacions més fermes, i nosaltres volem constituir relacions de fidelitat fermes amb els nostres futurs clients.

ii. Competència del mercat

En aquest sector del mercat hi ha més presència d'empreses i particulars que ofereixen aquest tipus de serveis al públic, a mesura que creix la dimensió dels esdeveniments es redueix la competència, ja que requereix inversions més contundents en actius i per tant comporta menys empreses.

La competència que ens afecta per això en aquests esdeveniments més petits generalment es centra en particulars que ofereixen serveis molt particulars, amb la qual cosa el grau d'especialització és important i s'ha de tenir en compte.

Ara bé, ens dona una oportunitat de mercat ja que amb tanta especialització de la competència ens donen un avantatge competitiu ja que nosaltres oferim un ventall molt més gran.

COVID-19: Tinguem en compte que el sector dels esdeveniments i espectacles és un dels que més afectat es veu ja que la majoria de la seva facturació es centra en temporada d'estiu, temporada que moltes empreses donen per perduda degut a la situació actual i la cancel·lació massiva de festes i actes populars a tres mesos vista (mínim). Això és un cop molt gran pel nostre futur negoci, ara bé se'ns presenta una oportunitat que és la següent:

Múltiples empreses afectades de ple per aquesta pandèmia, amb inversions fetes que no les podran rentabilitzar, fortes pèrdues actuals i futures. En el nostre cas, tenint en compte que encara no hem arrencat la nostra activitat empresarial no ens veiem afectats per pèrdues econòmiques, però sí per la pèrdua de la temporada d'estiu.

Amb aquest impacte sobre la competència el podem aprofitar per introduir-nos a partir de marges de benefici petits i preus baixos generant una bona cartera de clients durant la temporada d'hivern pensant de cara la temporada d'estiu 2021.

iii. Nous competidors

Existeix una amenaça existent d'aparició de nous competidors sobretot en el sector que més ens afecta, el dels petits esdeveniments, ja que la inversió inicial no és molt considerable i per tant prou accessible.

En l'àmbit dels esdeveniments de caràcter mitjà aquesta amenaça és molt menor ja que la inversió requerida és molt més significativa.

En relació a l'aspecte jurídic, no existeix requeriments de permisos especials per aquesta activitat més que el propi IAE.

Per això arribem a la conclusió que no existeixen grans barreres d'entrada al nostre sector del mercat més que les pròpies econòmiques.

COVID-19: en aquest cas desconeixem si l'amenaça de nous competidors serà creixent o decreixent, ja que com comentàvem a l'apartat 5.c desconeixem, per ara, si el govern aplicarà ajudes i incentius per a persones emprenedores i per tant si incentivaria la inserció de més competència.

iv. Proveïdors

Disposem de múltiples proveïdors a nivell local, nacional, i internacional que ens ofereixen millors condicions per a empreses del sector, com IMSA, és una empresa de equips d'il·luminació i so, no són competidors directes ja que no realitzen espectacles, estan orientats a la venda d'aquests equips a clientela no professional i professional¹ (Sabadell), amb descomptes de fins al 20%.

A més comptem amb proveïdors a nivell nacional com Senolog² empresa distribuïdora de grans marques del sector, que a més ens ofereixen serveis de taller (Barcelona), ens ofereixen descomptes segons volum de compra, i servei post venda amb taller.

Un altre proveïdor a nivell nacional es Block & Block³ per totes les estructures de torres i truss (València), aquesta empresa ens ofereix descomptes del 40%.

Per el nostre sector d'afectes especials comptem amb MàquinesFX, empresa dedicada a la distribució de màquines d'efectes especials, les quals ens ofereixen descomptes del 30% per compres com a empresa (Madrid)⁴.

Finalment comptem amb Thomann, un distribuïdor alemany que comercialitza amb les millors marques de tot tipus, so, il·luminació i estructures.⁵

Per tant, podem concloure que com tenim varis proveïdors el poder de negociació d'aquests no és gaire potent, amb la qual cosa ens afavoreix, però hem de tenir en compte que es un sector amb uns preus molt rígids i que difícilment aconseguirem millors condicions de les que se'ns ofereixen ja, però es pot negociar no només el preu dels productes que requerim, si no, el servei que ens ofereixen després d'aquesta venda.

COVID-19: Els nostres proveïdors s'han vist molt afectats per aquesta situació, el seu negoci es basa en la venda de material a empreses del sector, però si aquestes empreses no poden facturar, és complicat que ho facin els proveïdors, per aquest motiu, especulem que per poder reactivar o bé incentivar les vendes aplicaran descomptes i millors preus que podrem aprofitar.

¹ (IMSA)

² (Senolog, s.f.)

³ (Block&Block, s.f.)

⁴ (FX, s.f.)

⁵ (Thomann, Thomann, s.f.)

v. Productes substitutius

Tal i com indicàvem anteriorment pels esdeveniments de caràcter mitjà no existeixen productes substitutius que ofereixin el mateix servei per un cost menor o en millors condicions, en canvi, per als petits esdeveniments si que existeixen productes substitutius com poden ser els kits d'il·luminació que per un preu relativament petit generen els efectes necessaris per realitzar una festa petita.



Kit il·luminació marca AYRA

6. ESTUDI DE MERCAT

a. Estudi del mercat objectiu

Per tal de realitzar l'estudi de mercat de la manera més exhaustiva possible, realitzaré una enquesta directament orientada al nostre públic objectiu, aquell al que volem arribar, d'aquesta manera obtindrem de forma certa les necessitats i visió del nostre sector de treball per aquest públic objectiu. Hem proposo obtenir una mostra mínima de 500 persones residents al Vallès Occidental.

Aquesta enquesta la realitzaré en suport digital ja que serà més fàcil i senzill arribar a la mostra proposada i amb la comoditat que suposa per les persones, significarà que podrem obtenir respostes de més qualitat, l'enquesta constarà de dues fases, aquestes vindran determinades pel tipus de preguntes que es fan segons el públic amb el que tractem:

En la primera fase del qüestionari realitzarem preguntes senzilles i directes de resposta ràpida, alguna d'aquestes tindran opció lliure per tal de expressar-se lliurement, d'aquesta manera classifcarem a la mostra en funció dels interessos de l'estudi.

Primerament farem valorar la importància de la il·luminació i so i dels efectes especials per als esdeveniments de forma subjectiva per cada individu que participi en la mostra.

Diferenciaré les mostres segons rang d'edat, ja que considero que no té la mateix influència una persona d'entre 18-25 anys que una d'entre 25-35 anys d'edat, tanmateix, considero que el primer rang d'edat no té la mateixa tipologia de demanda que les persones del segon rang d'edat.

D'altra banda ens interessarà saber si coneixen a empreses del sector, juntament amb la següent pregunta de per quin mitjà les han conegut, ja que d'aquesta manera podrem valorar per quin mitjà serà més efectiu promocionar-se i si hauré de fer més èmfasi en aquesta promoció empresarial o bé no tanta.

També ens interessarà saber la visió que té sobre el sector aquest públic enquestat, les respostes obtingudes d'aquesta pregunta ens seran de gran utilitat per tal de poder encarar la nostra promoció empresarial cap a un camí o be un altre. Aquesta la complementaré amb una pregunta sobre la consideració del pes de la il·luminació i el so en certs escenaris, els quals a vegades no és considerat la opció de la utilització d'il·luminació i so com a opció viable o de suficient pes.

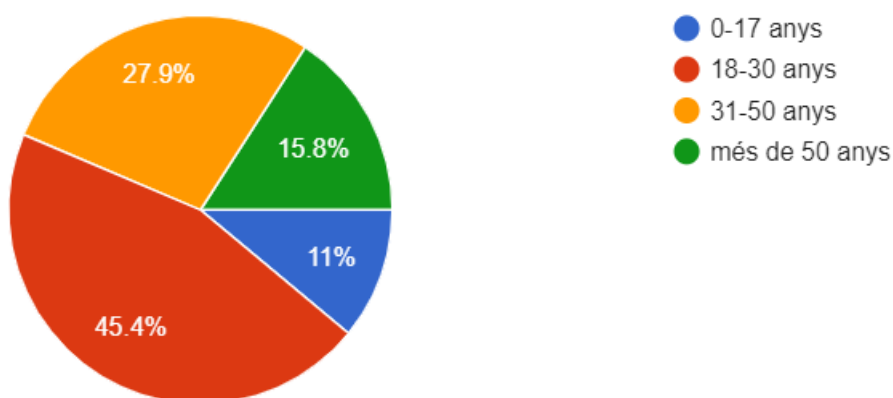
Un cop em realitzat aquesta primera fase del qüestionari on hem classificat la mostra enquestada en diferents tipus de públics, donarem pas a una segona fase de l'enquesta, repartida en 2 grans blocs, un primer bloc que tractarà al públic amb caràcter d'organitzadors o amb capacitat d'organització d'esdeveniments, un segon bloc per al públic que no ha organitzat o bé no té la capacitat necessària per organitzar un esdeveniment, d'aquesta manera podrem centrar més les preguntes de l'enquesta, aconseguir resultats més significatius ja que ens permet poder aprofundir més en les respostes

obtingudes i una menor saturació de l'enquesta realitzada i per tant una millor qualitat de les respostes obtingudes.

En la segona fase, al bloc de les persones organitzadores realitzarem una pregunta per saber si subcontracten la il·luminació i/o el so per als seus esdeveniments o no, en cas que la resposta sigui negativa, farem una segona pregunta en relació al motiu pel qual no subcontracten aquest servei, tanmateix, en cas de resposta positiva farem dues preguntes més, una primera en relació a l'experiència obtinguda del servei contractat, i una segona en relació a l'objectiu del contractant del servei.

Per totes les persones que al final de la fase I ha respost que no té capacitat per realitzar esdeveniments i per tant per contractar (a priori) els nostres serveis, o bé totes aquelles persones menors d'edat, ja que essent menors d'edat no tenen la capacitat per contractar els nostres serveis, realitzarem algunes preguntes extres relacionades amb les seves necessitats; d'aquesta manera coneixerem més a fons el públic objectiu al qual ens dirigim.

Un cop realitzada l'enquesta, a una mostra de 639 persones, totes elles residents del Vallès Occidental, obtenim els següents resultats a comentar:



Gràfic 1: distribució de la mostra segons edat

Font: elaboració pròpia

La importància d'haver realitzat l'enquesta a una franja d'edat sense límits és degut a que m'interessa saber el punt de vista del sector, empreses i del servei que tots i totes tenen, per això les 70 persones d'edat, la seva opinió és realment important ja que moltes vegades tenen influència sobre els majors, a les edats més pròximes a la majoria d'edat realitzen més festes d'aniversari, etc.

Aquest públic observa la il·luminació i el so com a d'alta importància per als esdeveniments, amb una mitja de 8,48/10⁶, per conseqüència ens remarca que el nostre públic veu com a molt important o pràcticament essencial aquest servei en la gran majoria esdeveniments.

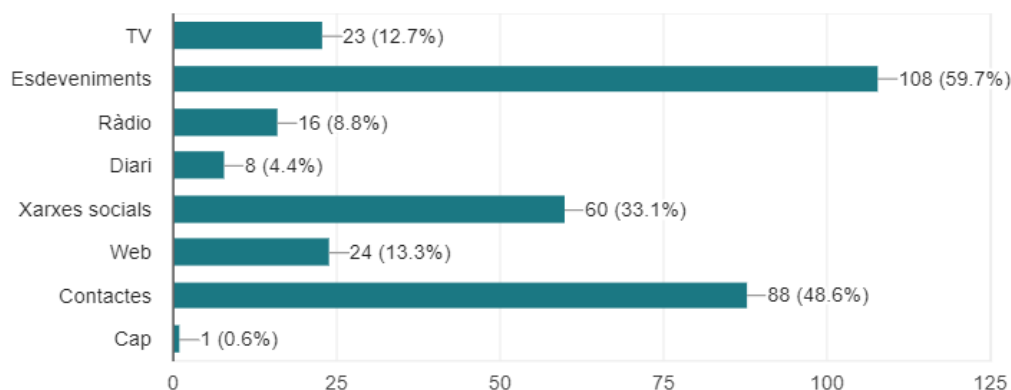
Per contra, com m'esperava els efectes especials no són tan importants, tot i el seu gran efecte en esdeveniments, moltes vegades suposen un muntatge, o bé un cost excessiu, ja que solen ser cars degut als consumibles utilitzats. El nostre públic els ha puntuat amb una mitjana de 7,27/10⁷, un punt per sota de la il·luminació i el so, fet que és remarcable en el nostre estudi de creació d'una nova empresa per l'estructuració de l'actiu.

⁶ Veure gràfic 2 annexes

⁷ Veure gràfic 3 annexes

Cal remarcar que aquest públic reflexa una visió de gran funcionalitat del sector⁸, el 82% (522) dels enquestats assegura que la il·luminació i el so tenen un gran ventall de possibilitats en molts escenaris diferents, on el 16% (104) creu que no té lloc per a les petites festes, i el 2% (13) restant en la seva majoria considera que el seu preu és un impediment pels petits esdeveniments.

D'aquesta mostra només 181 persones (28,3%) coneix empreses del sector, que majoritàriament les coneixen gràcies als propis esdeveniments (60%), a través de contactes (48,6%) o bé a través de xarxes socials (33%). Amb aquestes dades sabem com el públic coneix les empreses d'il·luminació i so i podem prosperar per elaborar un pla de màrqueting basat en política de preus baixos durant un primer any per tal d'aconseguir força esdeveniments i així aquesta publicitat de tant de pes, a més aquesta retroalimentaria la publicitat a través de contactes. A part d'explotar tot el que el món digital ens ofereix amb



Gràfic 4: influència empreses il·luminació i so

Font: elaboració pròpia

les xarxes socials, i tot i no haver-ho nombrat les pàgines webs és el recurs digital més important de tots, dona un recurs d'informació molt gran a més, d'una confiança al client.

Finalment, he vist com relacionen la il·luminació i el so amb els diferents esdeveniments⁹, on realment m'ha sorprès més d'aquest primer anàlisi del mercat objectiu, on el 92% de la mostra relacionava la il·luminació i el so amb els concerts, seguit d'un 75% als teatres, 55-60% a les passarel·les i festes privades de grans dimensions, 40% aprox. En animacions, presentacions i actes culturals, i finalment un 18% en festes privades de dimensions petites.

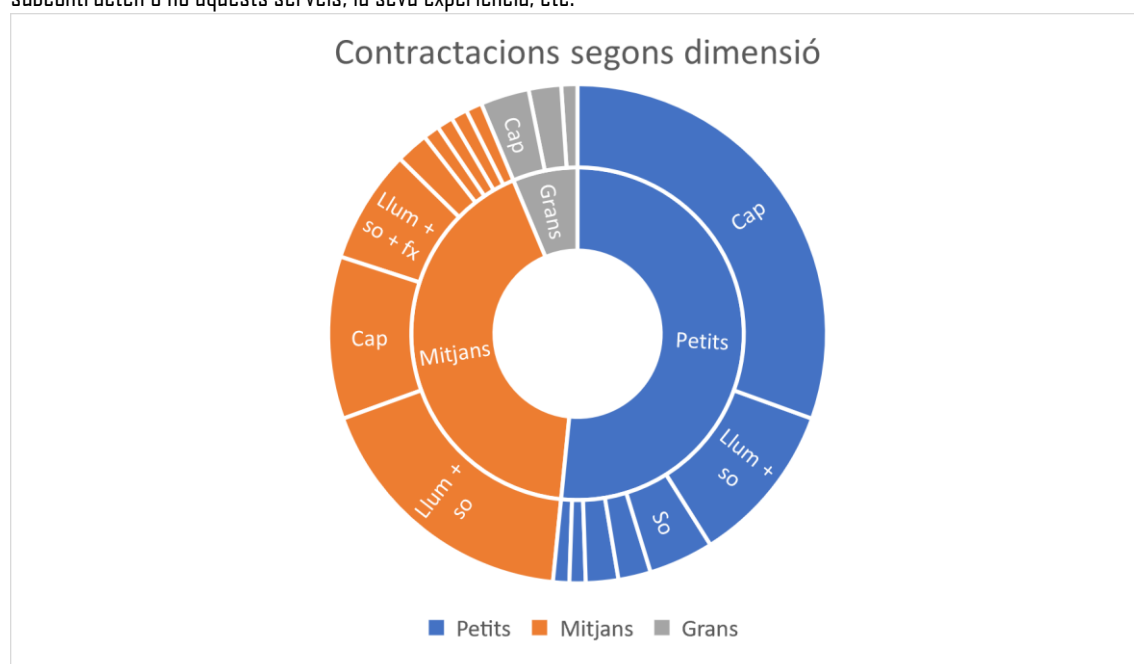
Per acabar la primera fase de l'enquesta, i classificar la nostra mostra en 2 grans blocs, un primer de les persones organitzadores d'esdeveniments o amb capacitat per a fer-ho, i un segon amb les que no ho són o no tenen aquesta capacitat (per la seva edat, influències, etc.).

Amb la qual ens sortia que el 76% de la mostra no organitzava esdeveniments o no tenia la capacitat per a fer-ho i el 24% si.

⁸ Veure gràfic 5 annexes

⁹ Veure gràfic 6 annexes

A partir d'aquest punt, al primer bloc m'interessa saber de quina dimensió són els seus esdeveniments, si subcontracten o no aquests serveis, la seva experiència, etc.



El 49% (76) del grup que organitzaven esdeveniments, ho eren de petits esdeveniments, el 39% (61) de mitjans esdeveniments, i el 12% (18) de grans esdeveniments. Per la qual cosa, la nostra submostra d'organitzadors/es d'esdeveniments de petites i mitjanes dimensions, agrupa el 88% de les persones enquestades.¹⁰

	100%	PETITS	MITJANS	GRANS	
CAP		29%	10%	3%	41%
LLUM		2%	1%	0%	3%
SO		4%	2%	1%	6%
LLUM + SO		10%	17%	2%	30%
FX		1%	1%	0%	2%
LLUM + SO + FX		2%	7%	6%	15%
LLUM + FX		0%	1%	1%	2%
SO+ FX		1%	1%	0%	1%
		49%	39%	12%	

Taula 1: Organitzadors esdeveniments

Font: Elaboració pròpia

Sota la pregunta sobre si subcontracten la il·luminació, el so i/o els efectes especials¹¹, i amb quina combinació ho feien, he obtingut uns resultats molt aclaridors, en els quals ens diuen primer de tot que el 41% de les persones organitzadores no subcontracten cap tipus de servei, un 30% ho fa amb il·luminació i so de la mà, i un 15% dels tres serveis simultanis.

Concloem doncs, que totes les persones organitzadores en el moment de contractar il·luminació i so, ho fan preferentment amb una mateixa empresa i no amb empreses per separat, amb la qual cosa, ens interessarà oferir els dos serveis de la mà

Si ho subdividim segons la dimensió dels esdeveniments obtenim que el 39% dels organitzadors són d'esdeveniments de dimensió mitjana, el 49% de petites dimensions i el 12% de grans dimensions.

Analitzem cada dimensió, els esdeveniments petits trobem que el 59% dels enquestats no subcontracta cap tipus de servei, i si ho fa, principalment subcontracta il·luminació i so simultàniament, amb el 21% dels organitzadors de petits esdeveniments enquestats, això és degut majoritàriament a la manca

¹⁰ Veure gràfic 7 annexes

¹¹ Veure gràfic 8 annexes

pressupostària que hi ha en aquest tipus d'esdeveniments i quan disposen d'aquesta partida pressupostària majoritàriament opten per contractar llums i so de la mà.

Per la banda dels organitzadors/es d'esdeveniments de mitjana dimensió, obtenim que només el 25% decideix no subcontractar cap servei, per contra del 44% que decideix subcontractar il·luminació i so conjuntament, essent així els serveis contractats més demandats, i un 18% que opta per subcontractar els 3 serveis.

Finalment, els organitzadors i organitzadores de grans esdeveniments el 50% dels enquestats amb aquest perfil decideix subcontractar els 3 serveis conjuntament, un 17% ho fa només amb il·luminació i so, i un 22% decideix no subcontractar (generalment s'ha dit que es per què aquestes persones no tractaven el tema de les subcontractacions, per això aquesta és una dada a tenir en compte en cert nivell).

	PETITS	MITJANS	GRANS
CAP	59%	25%	22%
LLUM	4%	2%	0%
SO	8%	5%	6%
FX	3%	2%	0%
LLUM + SO	21%	44%	17%
LLUM + SO + FX	4%	18%	50%
LLUM + FX	0%	3%	6%
SO+ FX	1%	2%	0%
0	100%	100%	100%

Taula 2: Subcontractacions
Font: Elaboració pròpia

Fent èmfasi amb la evolució segons la dimensió dels esdeveniments observem que a una dimensió més petita hi ha menys necessitat de subcontractar efectes especials i de subcontractar en general, en canvi, per una dimensió més elevada més necessitat hi ha per subcontractar i en especial per subcontractar els 3 serveis simultàniament. A més, cal afegir que observem com el públic es decanta més per subcontractar la il·luminació i el so amb una sola empresa que no pas fer-ho amb dues de diferents, igual amb la il·luminació, el so i els efectes especials, tot i que poques empreses ofereixen els tres serveis simultàniament.

Destacar a més, que en els petits esdeveniments es veu molt marcat la manca pressupostària a l'hora de la contractació d'aquests serveis, d'aquí l'alt percentatge que no subcontracta els serveis.

Per altra banda a què subcontracten les persones que organitzen esdeveniments, he volgut tenir en compte què busquen aquestes persones al moment de subcontractar¹², quines expectatives tenen, etc.

Per això obtenim que el 62% de les persones organitzadores busquen professionalitat, el 30% un servei econòmic, i el 8% un equilibri entre ambdues parts. Si focalitzem aquestes dades en funció de la dimensió de cada esdeveniment, obtenim aquests resultats:

Totes les persones organitzadores comparteixen que busquen primordialment la professionalitat abans que un preu econòmic però observem una relació en que per als esdeveniments petits un esdeveniment més econòmic guanya més pes que no en un esdeveniment de grans dimensions, i per contra, en els esdeveniments de grans dimensions, hi ha més de pes en la professionalitat i no tan en el esdeveniment econòmic.

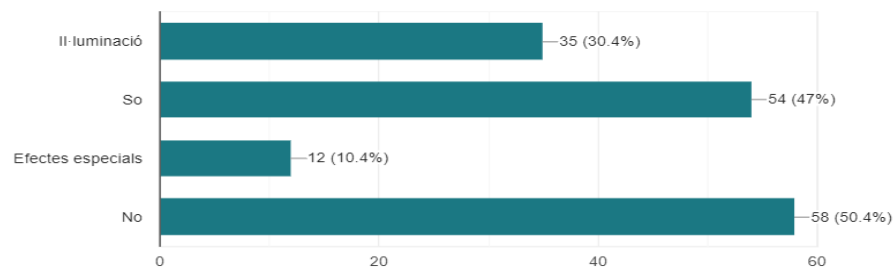
Des del punt de vista de la satisfacció dels clients obtenim resultats del 84% dels clients han sortit satisfets amb el servei obtingut, un 3% que ha sortit decepcionat, i un 13% que generalment si, però que a vegades per problemes tècnics o per preus més econòmics l'esdeveniment no ha sortit segons les expectatives. Tenint en compte que el volum més gran de persones que han sofert algun tipus de

¹² Veure gràfic 9 annexes

contrataments amb el seu esdeveniment han sigut en esdeveniments de mitjana dimensió, un total de 8 organitzadors/es sobre 46 (17%) de persones organitzadores de esdeveniments mitjans.

Tornant a la pregunta inicial sobre si una persona organitzadora subcontracta o no els serveis d'il·luminació, so i/o efectes especials, observem que el motiu principal pel qual no subcontracten¹³ és per què no els hi és necessari per les característiques dels esdeveniments o bé per què ja tenen l'equip necessari, amb un 32% aprox. Les dues situacions, i un 25% de les persones que no subcontracten ens diuen que el servei és massa car.

Analitzant el segon bloc, el de totes les persones que no organitzen esdeveniments. El 24% d'aquestes han tingut almenys una oportunitat d'organitzar un esdeveniment, a les que els hi he preguntat que en el cas que haguessin de subcontractar un servei dels ofertats, quin subcontractarien. On han respost el 50% que no ho farien, el 47% que subcontractaria so, el 30% il·luminació i el 10% efectes especials.



Gràfic 11: públic no organitzador, cas hipotètic de contractació

Font: elaboració pròpia

Seguint el patró anterior puc classificar aquest públic com a possible organitzador de petits esdeveniments (poca necessitat de subcontractar els serveis ofertats, i encara menys de subcontractar els efectes especials).

COVID-19: recordem que la majoria del públic enquestat i que hem determinat és com a públic objectiu nostre, contractaven la il·luminació i sonorització per a petits i mitjans esdeveniments, atenent a la nostra capacitat econòmica i empresarial inicial, determinaven que ens focalitzaven en petits i mitjans esdeveniments, atenent la situació actual i que pel moment no es veu una possibilitat a 3-4 mesos vista de la realització d'espectacles de més de 100 persones, els quals els podem considerar esdeveniments de caràcter mitjà, ens centrarem específicament en els petits esdeveniments sense descartar poder realitzar els de caràcter mitjà, però com veurem al Pla de màrqueting, focalitzarem totes les nostres intencions a aquest sector de petits esdeveniments, busquem la màxima quota de mercat amb aquest nou públic objectiu.

b. Entorn competitiu

i. Competència directa

En el mercat de la il·luminació i el so, la competència no és considerable, existeix poques empreses del sector, ara bé aquestes empreses són potents, engloben molts serveis i tenen un posicionament en el mercat, en un mercat on tenint en compte les poques empreses i la poca publicitat d'aquestes. La fidelització d'aquestes empreses amb els seus clients és clau.

¹³ Veure gràfic 10 annexes

Tot i això, en el Vallès tenim tan sols a ____ empreses, La Capsa De Trons, una empresa de il·luminació i so, tot i que esta especialitzada en el so encara que també ofereix il·luminació. A Sabadell mateix trobem a Twist Concert, el nostre principal competidor, no està especialitzat en cap servei concret, ofereix una mica de tot, és una empresa petita.

Anant més lluny trobem a TsT so i llums, a Mataró, és una empresa molt potent amb una fidelització dels principals festivals del territori català, es dediquen principalment cap als grans espectacles, amb la qual cosa serà un competidor molt potent però no directament perillós per nosaltres, ja que el nostre objecte de negoci seran els petits espectacles, sobretot durant els primers anys de formació de l'empresa, per aconseguir un bon posicionament a un major públic.

A Sabadell tenim un sol competidor, twist concert, empresa dedicada a il·luminació i so, és un competidor directe nostre ja que també mostra per volum de negoci una activitat de petits i mitjans esdeveniments.

Al Vallès trobem a la Capsa de Trons, empresa especialitzada en so, però que també ofereix serveis d'il·luminació, aquesta té una bona situació en el mercat i fidelització, sobretot pels petits i mitjans esdeveniments.

Troblem a Granollers a l'empresa d'Ara So, que ofereix un servei extra, els audiovisuals.

A Mataró, TsT so i llums, empresa molt potent que s'ha encarregat dels més grans esdeveniments catalans dels últims anys.

Entre altres empreses situades arreu del territori, bastant distribuïdes

ii. Competència indirecta

La competència indirecta serien els productes substitutius, analitzant els nostres serveis i els possibles substitutius que puguin existir en el sector, sobre el sector de la il·luminació nosaltres podem oferir efectes de llum, decoracions, il·luminació d'espais, etc.

Existeixen productes "mixtes" que són varis efectes de il·luminació en un sol producte el qual pot substituir el nostre servei d'una mini discoteca per exemple, ja que el seu cost és petit, una mica més car que el servei que nosaltres podem oferir, amb l'avantatge que tenen la possessió del producte; ara bé, en el nostre favor tenim que el risc i la responsabilitat la assumim nosaltres, i no la persona contractant, a més de que després del servei la persona contractant no ha d'assumir l'emmagatzematge del producte. En quan al so, també existeixen productes substitutius, aquests productes poden ser els altaveus portables, amb capacitat d'introduir micròfons i de tenir un so en condicions per a espectacles molt petits, en el nostre favor tenim que podem oferir pel mateix preu un servei professional amb responsabilitats i riscos cedits, sense haver de realitzar el muntatge de l'equip, ni haver d'assumir les despeses d'emmagatzematge.

Per tant, existeixen productes substitutius per ambdós serveis però que no ens haurien de preocupar en excés sempre i quan tinguem controlats els preus d'aquests productes substitutius, ja que si els nostres productes tenen un cost més elevat, podem recórrer a que perdi l'interès del consumidor, hem de procurar mantenir un avantatge competitiu amb aquests productes, com ara més professionalitat o el trasllat de responsabilitats del contractant.

Una altre manera de poder fer front a aquests productes substitutius és llogant el material d'aquests productes substitutius, d'aquesta manera ens podem assegurar aquest sector de clients com a clients nostres, i en cas que busquin un servei més professional també tindrem la capacitat de poder-lo oferir per un preu similar al de mercat del producte substitutiu.

c. Anàlisi DAFO

DEBILITATS

Nova empresa → poca influència en el mercat i sense clients en un inici, s'ha de buscar i fidelitzar a tots els clients, per això serà necessari assumir uns beneficis menors o inclús nuls segons conveniència per aconseguir més quota de mercat i fidelitzacions.

Gran inversió inicial → necessitat d'una gran inversió inicial, normalment no s'aconsegueix amb la inversió inicial aconseguir el material necessari per tal de dur l'activitat que es vol, es comença amb poc material i es van reinvertint els beneficis dels primers anys.

AMENACES

Grans barreres d'entrada → aquest sector requereix una forta inversió inicial en material ja que aquest té un cost molt elevat, sumat a la necessitat d'un local o nau pel seu emmagatzematge, i d'una furgoneta com a vehicle empresarial.

Competència indirecta → Empreses ja establertes en el sector i amb anys d'experiència i dimensions grans, a priori no és competència directa ja que aspiren a esdeveniments més grans, però són amenaces existents.

Poca visibilitat → el mercat de la il·luminació i el so és un mercat en que els clients acostumen a buscar a les empreses i no les empreses a oferir-se als potencials clients, ja que aquests són difícils d'identificar i per tant les campanyes publicitàries amb despeses massa elevades per l'efectivitat que poden generar.

COVID-19: amb aquesta situació i tenint en compte que la realització dels mitjans i grans esdeveniments serà molt complicada a 3-4 mesos vista, se'ns presenta una amenaça que sigui que les grans empreses o empreses que inicialment no consideràvem com a competència directa, ara canviïn el seu públic objectiu i per tant, es converteixin en competència directa.

FORTALESES

Nova empresa → al ser una empresa de nova creació pot destinar tot el seu capital inicial a la adquisició de material més modernitzat que les empreses actuals del sector, per tant, aconseguir un avantatge respecte les empreses ja situades al mercat.

Subvencions → al ser una empresa de nova creació podem optar per la sol·licitud de subvencions per emprenedoria, i que amb un bon projecte ens la poden concedir (si més no, sempre aporten una ajuda econòmica)

COVID-19: com a nova empresa no haurem patit tots els efectes negatius d'aquesta crisi actual i per tant tindrem un petit avantatge competitiu en aquest sentit que el podem utilitzar acceptant beneficis menors durant més temps que empreses ja existents i que han patit tots els efectes negatius d'aquesta crisi.

OPORTUNITATS

Poca competència → grups reduït d'empreses en el sector, per tant poca oferta.

Mercat en creixement → mercat molt sol·licitat però amb un creixement discret degut al preu de la oferta (on pretenem combatre). Per tant, crec que és una oportunitat focalitzar-se en aquest sector més amateur i que vol un servei professional a un preu econòmic, en aquest sector és on veig valor de mercat (tenint en compte les característiques de l'empresa, nova creació i capital inicial no considerable).

Especialització → especialitzar-nos en il·luminació, so o efectes especials i crear cooperacions amb d'altres empreses especialitzades en els altres productes, amb més especialització aconseguim un cost menor. (pot ésser una opció de posicionament en el mercat a través de millors preus).

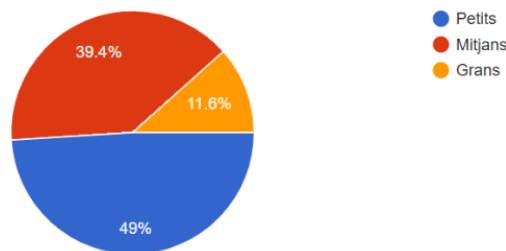
COVID-19: el mercat pateix un efecte negatiu molt gran, ara bé algunes de les festes populars que no es poden celebrar a curt termini degut a la situació actual estan essent aplaçades cosa que llavors hi haurà més esdeveniments en un marge de temps més reduït, se'ns presenta una oportunitat, les empreses ja existents i que mantenen una fidelitat amb els seus clients no podran fer front a tota la demanda, per tant, ens dona una oportunitat d'obtenir més quota de mercat.

7. PLA DE MÀRQUETING

Arribat a aquest punt, determinarem el pla de màrqueting empresarial a partir dels 8 punts següents amb els que s'explicarà a quin sector del mercat duren a terme la nostra activitat empresarial, igualment que explicarem el com penetrarem en aquest sector.

a. PUBLIC OBJECTIU

Durant el nostre estudi de mercat hem determinat els diferents públics del nostre mercat, a partir de les dades que hem obtingut i tenint en compte les capacitats com a nova empresa podem determinar el que serà el nostre públic objectiu i per tant cap a qui aniran destinats els nostres serveis i productes.



Recordem que el 89% de la nostra mostra és major d'edat i per tant amb capacitat per poder organitzar un esdeveniment i per tant requerir dels nostres serveis.

D'altra banda, del públic que ha organitzat algun esdeveniment el 89%

aprox. Organitza esdeveniments de petita i mitjana dimensió, factor favorable.

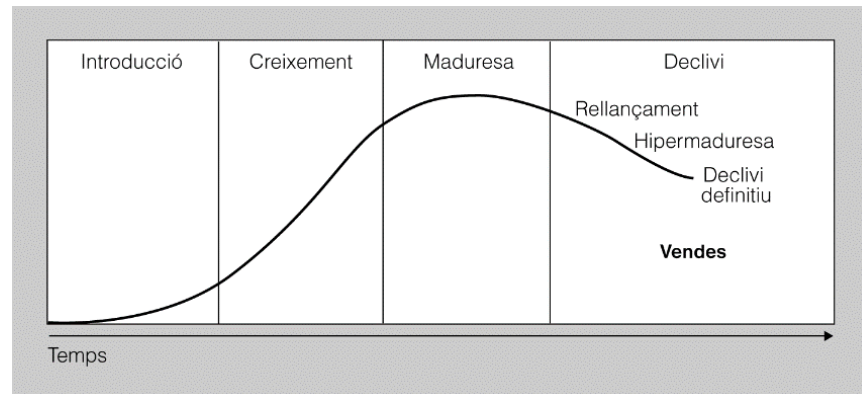
D'aquest perfil de persones més del 50% contracta so i llums conjuntament i del 30% que no subcontracta, hi ha un 25-30% que no ho fa per què els serveis són massa cars.

Un cop hem repassat la informació necessària sobre l'anàlisi de mercat, remarcar que el nostre públic objectiu serà el públic més bàsic, el que busca els serveis d'il·luminació i so per a petits esdeveniments, festes d'aniversari, casaments, teatre al carrer, concerts de caràcter petit.

COVID-19: tal i com hem informat anteriorment, el nostre públic objectiu es veu reduït i focalitzat als petits esdeveniments.

b. PRODUCTE/SERVEI

Els nostres productes amb els qual durem a terme la nostra activitat econòmica queden especificats al següent arxiu¹⁴, estudiem el cicle de vida dels nostres productes:



(IOC, s.f.)

○ Il·luminaries

La majoria dels nostres equips es troben en l'etapa de maduresa, les màquines de fum, els dímers, canons de seguiment, engegadores, làser, par led en excepció dels par led 18x18w RGBW+UV, ja que aquests últims tenen una peculiaritat que està en creixement, la llum UV (ultravioleta) cada cop es demanda més per l'efecte que causen davant de la roba clara, pintures reflectants a la llum UV, crea un efecte que està en creixement.

D'altra banda els caps mòbils, cada com més demandats i per tant en l'etapa de creixement del producte, dins d'aquesta branca hi trobem tres tipus de caps mòbils, els wash, que creen una inundació de color (serveixen per cobrir l'escenari de color), els spot, que reproduïxen gobos (creen formes, dibuixos, etc. Per generar efectes curiosos) i finalment les beam, són una combinació de les spot i les wash (tenen totes les funcions de les spot, més la funció frost, que crea l'efecte de les wash. A més, incorpora noves funcions com el prisma el qual crea un efecte cada cop més comú i demandat per aquest tipus de il·luminaries).¹⁵

○ Equips de so

Comptem amb tot tipus de productes de so, els nostres micròfons se situen en l'etapa de maduresa ja que són més aviat estàndards, no perden quota de mercat ja que segueixen tenint la seva funcionalitat, d'altra banda, tenim altaveus actius de dos tipus, els line array que se situen a l'etapa en creixement ja que cada cop són més utilitzats per a tot tipus d'esdeveniments degut a la seva gran funcionalitat, a més dels altaveus actius convencionals els quals ens donen més llibertat pels petits esdeveniments ja que aquests si que cada cop agafen més l'etapa de declivi, amb la qual cosa per tal de no perdre'ls del mercat, podem redirigir les seves funcionalitats com ara la seva utilització com a "xivatos" en concerts.

○ Efectes especials

¹⁴ Veure llistat de il·luminaries, equips de so, efectes especials i estructures.

¹⁵ (Jiménez, 2015)

D'afectes especials compten amb màquines de foc, les quals no requereixen de permisos especials, tenint en compte que la seva incorporació a petits i mitjans esdeveniments cada cop està més sol·licitada, els podem catalogar com a l'etapa de creixement.

- Estructures

En aquest sector de productes generalment tots es troben en la fase de maduresa ja que no es miren per característiques (motiu principal pel que augmenten de preu) si més no, el lloguer o contractació d'aquestes estructures es mesura per la seva funcionalitat, cosa que comptem amb diferents productes per complir els requeriments de cada esdeveniment ajustant així l'aspecte econòmic.

Podríem catalogar les torres d'elevació de 6,5m que suporten fins a 220kg a la fase de creixement tenint en compte que cada cop es busca la utilització de menys estructures per suportar més pes sobre d'elles. En canvi les torres de 4m que suporten 100kg de carrega les situaríem a la fase de maduresa.

Els nostres productes/serveis amb els quals comercialitzarem durant els dos primers anys seran:

- Lloguer de material d'il·luminació i so¹⁶

Oferirem serveis de lloguer de material a particulars i professionals, tenint en compte unes quotes que s'especificaran en el següent punt. Aquest servei de lloguer de material està orientat cap a un públic sense pressupost per crear un esdeveniment en condicions, per tant, contractant tècnics d'il·luminació i so, personal de muntatge, transport, etc. Però que disposa d'unes mínimes condicions econòmiques per realitzar un petit esdeveniment i poder complementar-ho amb un mínim equip d'il·luminació i so.

D'altra banda aquest servei s'ofereix a professionals, empreses del sector que se'ls ha encarregat algun esdeveniment de dimensions més grans a les que la pròpia empresa podria fer front amb les seves infraestructures, i per tant, requereixen de llogar més materials per poder fer front a aquest tipus d'esdeveniments.

- Serveis per a petits i mitjans esdeveniments

Un altre servei amb el qual durem a terme la nostra activitat econòmica serà amb els serveis per a esdeveniments específics, els qual requeriran un muntatge o un immobilitzat més considerable i que amb el lloguer de material sortiria massa car.

Aquest tipus de servei actua com a "pack", amb l'objectiu de que el client només hagi de transmetre'ns quin esdeveniment vol, i nosaltres ens ocupem de amb un "tot inclòs" que aquest esdeveniment es dugui a terme amb la màxima professionalitat i buscant el màxim ajust pressupostari pel client sense deixar de banda els bcis que l'empresa requereix.

- Instal·lació de equips d'il·luminació i so

Durant la nostra activitat hem de tenir en compte que els esdeveniments als que ens atendrem són majoritàriament estacionaris, amb la qual cosa tindrem èpoques de l'any en que el volum de treball serà menor o bé no hi haurà, per això oferim aquest servei

COVID-19: els nostres productes/serveis no varien, segueixen essent els mateixos.

¹⁶ Consultar llistat il·luminàries, equips de so, efectes especials i estructures per veure els preus de lloguer de cada producte obert al públic.

d'instal·lació d'equips d'il·luminació i so a empreses principalment, a locals, teatres, discoteques, sales de festa, poliesportius, etc.

c. PREU

Per determinar els preus dels nostres productes i serveis, tenint en compte que It's Yours Productions és empresa de nova creació, que en aquest mercat és difícil donar-se a conèixer i quan es fa és principalment degut a la visibilitat dels esdeveniments, bé als contactes o a la repercussió a les xarxes socials¹⁷.

Tenint en compte, a més, que la majoria de l'aportació inicial es fa en material que ja està amortitzat en la seva totalitat o pràcticament en la seva totalitat, les despeses es minoritzen.

Per tant, ens basarem en una política de preus baixos tenint en compte els preus de la competència, a partir d'aquest estudi de la competència obtenim una fitxa de preus per lloguer¹⁸.

D'altra banda, no podem deixar de banda l'objectiu d'aconseguir beneficis per poder reinvertir en modernització dels nostres actius i per fer créixer el nostre negoci. Per això, amb una fita de 2 anys ens proposem tornar a realitzar un estudi de mercat tenint en compte els preus de mercat existents i el cost d'amortització dels nostres actius actuals i els de nova adquisició.

En cas de clients fidels, de volum de contractació, etc. S'estudiarà cada cas de forma individual oferint descomptes o millors condicions per tal d'assegurar la seva fidelitat amb la nostra marca.

Finalment, amb els preus del lloguer del material hi haurà uns multiplicadors tenint en compte el nombre de dies que es requereixin tenir en lloguer, aquests multiplicadors seran els següents:

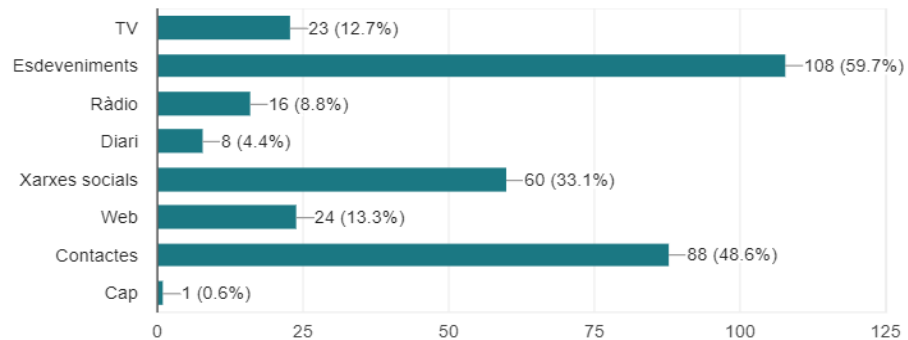
Dies de lloguer	Coefficient
1	1
2	1,4
3	1,8
4	2,2
5	2,5
6	2,7
7	3
De 8 a 14 dies	5
De 15 a 21 dies	7,5
De 22 a 28 dies	10
De 29 a 42 dies	13,5
De 43 a 56 dies	17

Pel servei d'instal·lacions d'il·luminació i sonorització d'espais els preus vindran donats pels materials que requereixi cada treball, el transport i la mà d'obra requerida, no disposarem de cap tarifa estàndard ja que cada treball serà diferent a l'anterior per això el preu d'aquest es donarà sota sol·licitud pressupostaria.

¹⁷ Veure gràfic 4

¹⁸ Veure llistat d'il·luminaries, equips de so, efectes especials i estructures.

Per acabar, els preus sobre els petits i mitjans esdeveniments es donaran sota sol·licitud pressupostaria, excepte uns "packs" orientats per a petits esdeveniments, aquests "packs" seran discomòbils on tindran un preu estàndard amb el plus de desplaçament. D'aquesta manera podrem accedir millor a un sector del nostre públic objectiu.



Gràfic 4: influència empreses il·luminació i so

Font: elaboració pròpia

COVID-19: tal i com hem comentat a l'apartat de fortaleces de les 5 forces de Porter, assumirem un marge de benefici menor per tal de guanyar més clientela a curt termini, tenint en compte que la majoria de material ja el tenim amortitzat, les despeses són mínimes i per tant el benefici és major, amb la qual cosa el nostre rang d'oscil·lació del preu és més flexible.

d. COMUNICACIÓ

Volem transmetre als clients una imatge de professionalitat, per això em pensat en diferents vies per transmetre la nostra imatge amb la màxima professionalitat.

Si recuperem els resultats de la nostra enquesta realitzada a la població obtenim les següents dades destacables:

Amb aquests resultats extraïem a on hem de destinar més recursos de màrqueting per tal de promocionar la nostra marca i els nostres serveis.

Veiem que la màxima repercussió ve dels diferents esdeveniments, de la imatge que es dona "en viu", seguit dels contactes que es creen derivats generalment d'aquests esdeveniments i finalment destacable, les xarxes socials.

Tenint en compte aquests tres canals de comunicació amb els futurs clients decidim dedicar-hi la màxima atenció a una pàgina web, és indispensable per a qualsevol negoci per mantenir una fiabilitat per als clients.

Per donar-la d'alta ho farem a través del portal d'Hostalia¹⁹, amb el qual ens oferten les següents condicions:

¹⁹ Veure imatge 2 (Hostalia, s.f.)

Entrada	Quotes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
5,99€	-	-	-	-	-	-	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€	9,99€

Al ser un nou registre ens oferten els 6 primers mesos gratuïts, a més de el hosting de la pàgina web, un domini gratuït i un correu electrònic.

A més farem campanyes de màrqueting via xarxes socials, per Instagram escollirem tenint en compte la relació impacte/preu, destinar 10€ diaris durant una setmana, amb una despesa total de 70€ la plataforma ens assegura arribar a un públic d'entre 8.300-22.000 persones²⁰. A través de la plataforma de Facebook aplicariem una tarifa de 75€ per 5 dies de campanya, amb una repercussió de 5.400-16.000

persones²¹, en ambdós casos la franja d'edat escollida és de 25 a 50 anys ja

que segons el INE la gran majoria de població activa es centra entre els 30 i 45-50 anys, ara bé el jovent de 25-

29 anys pot tenir una repercussió

prou significativa i inclòs algunes

vegades són les encarregades de

gestionar els esdeveniments de caràcter petit (el nostre públic objectiu).

De 25 a 29 años

De 30 a 34 años

De 35 a 39 años

De 40 a 44 años

De 45 a 49 años

(INE, 2019 4T)

Ambos sexos

Valor absoluto

2019T4

1.718,3²¹

2.103,3²¹

2.630,4²¹

3.164,7²¹

2.969,1²¹

Finalment, on hi ha més repercussió en el públic objectiu és en els esdeveniments i els contactes, per això, tindrem una línia de merchandising bàsica amb un polo i una dessuadora²² igual que personalitzarem el nostre vehicle amb el logotip empresarial i les diverses maneres de contacte, més un codi QR que redirigeixi a la pàgina web.

	Preu
Merchandising	40€
Personalització vehicle	176€

A més d'això remarcar que actualment en el material aportat tenim els Flightcase marcats amb la imatge empresarial, que li dona un toc extra de professionalitat.

Amb aquestes mesures obtindrem una bona imatge de cara al públic cosa que ens permetrà guanyar més repercussió i contactes, d'altra banda, per tal d'aconseguir més contactes de forma directe utilitzarem un dossier promocional sobre els nostres serveis per adjuntar al correu que enviem a entitats, empreses, etc. Per aconseguir nous clients.

COVID-19: En aquest cas la nostra comunicació no variarà ja que optàvem per unes mesures més aviat conservadores i que per tant, no tenien un cost elevat amb la qual cosa les mantindríem.

²⁰ (Instagram)

²¹ (Facebook, s.f.)

²² Veure imatge 4

e. DISTRIBUCIÓ

Disposem d'un magatzem propi, amb la qual cosa ens estalviem el cost de lloguer d'aquest.

No disposarem de tenda física ja que tal i com especifiquem a l'apartat 7.b no comercialitzem amb productes sinó amb serveis, per això pensem que la tenda física no pren gran importància en la seguretat que pugui tenir el client.

Haurem de disposar de vehicle empresarial per tal de poder transportar els nostres materials i poder complir amb els serveis que oferim. Degut a que la compra d'un vehicle comporta una despesa inicial considerable, per això, aprofitant que ja disposem de vehicle particular hem obtingut per l'adquisició d'un remolc amb 750kg de MMA ja que no l'hem de matricular (mateixa

COVID-19: Degut a la situació actual i atenent a la impossibilitat de poder realitzar (de moment) espectacles a curt termini (2-3 mesos vista), retrassariem la compra del remolc i ens centrariem, fins veure una recuperació del sector, als espectacles de dimensions més petites, com festes privades petites, finals de curs d'escoles, presentacions d'entitats esportives, casaments, etc. Amb la qual cosa, amb el vehicle de transport del qual ja dispo seria suficient i per tant, podem retrassar aquesta inversió innecessària atenent a la situació actual.

matrícula que el cotxe) ni tampoc ha de tenir assegurança pròpia, així ens estalviem més despeses²³, i compleix les nostres necessitats.

f. PRESSUPOST

Amb la següent taula mostrem el pressupost del que disposem a dia zero i posteriorment analitzem com el distribuïm segons prioritats de les campanyes de màrqueting establertes:

Atenent les fortes necessitats de promoure la nostra marca, hem considerat una partida de 500€ que destinarem al Pla de Màrqueting ja que hi ha opcions d'aquest pla que les podem dur a terme sense necessitat d'invertir-hi capital.

Per això i per determinar com invertirem aquest capital disponible per al nostre pla de màrqueting, hem estipulat la següent taula on ordenem segons prioritat les diferents accions de màrqueting que durem a terme que requereixen capital:

Prioritat	Necessitat
1	Pàgina Web
2	Campanyes
3	Merchandising

La primera acció de màrqueting que durem a terme serà la creació de la pàgina web i el treball de les xarxes socials (crear-les i començar-les a treballar). Creem que un bon treball d'aquest punt marcarà molt la nostra introducció al mercat, per això hem de procurar fer-ho meticulosament i amb la màxima professionalitat possible.

La nostre pàgina web²⁴ la donarem d'alta amb el portal d'Hostalia on tindrà un cost anual de 73,72€, el fet d'escollir aquesta empresa de creació web i hosting és degut als següents motius:

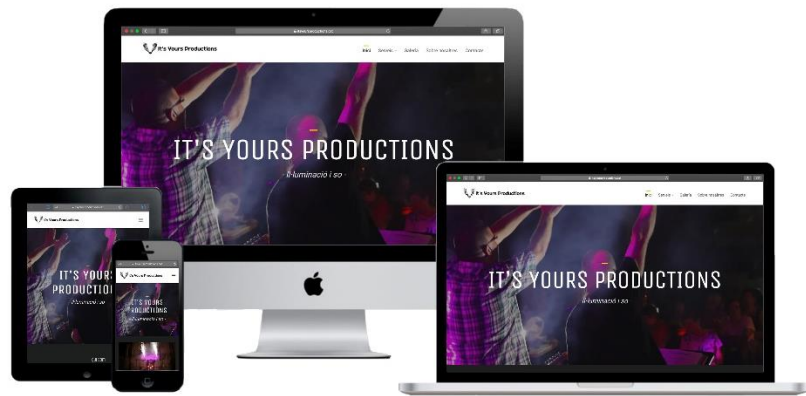
²³ Veure pressupost remolc (Cuni)

²⁴ Veure imatge 6

- Domini gratuït amb el Pla Web
- Oferta de 6 mesos gratuïts
- Hosting a Espanya, afavoreix a les cerques fetes en territori espanyol
- Correu comercial gratuït
- Alta en buscadors com Google, Yahoo, etc.

Gràcies a tots aquests punts ens decanem per aquesta opció de creació i allotjament de la nostra pàgina web, a partir del segon any seguirem mantenint mateixes condicions amb un preu anual aproximat de 130€.

El domini que escollirem per la nostra web serà "itsyoursproductions.cat" específicament el .cat ja que aquest sufix del domini dona més visibilitat a la nostra pàgina en cas de fer-se cerques per internet en català, tenint en compte que ens volem centrar a un territori limitat (Catalunya, en particular província de Barcelona) ens afavoreix a que els clients ens trobin més ràpid a nosaltres que no a altres empreses.



Un cop elaborada la pàgina web i les xarxes socials de la nostra marca, elaborarem les dues campanyes de promoció d'aquesta, primer fent la de Instagram ja que durarà una setmana igual que la de Facebook i no es solaparan. Amb aquestes dues campanyes destinarem un total de 145€.

Finalment, amb merchandising comprarem 3 polos i 3 dessuadores, on destinarem 120€, tenint aquests dos polos i dues dessuadores de recanvi per si en algun esdeveniment requerim d'ajuda externa que es pugui anar ben uniformats.

Per tant, que queden encara disponibles 160€ disponibles que destinarem a noves campanyes de màrqueting en funció de l'impacte que hagin tingut les dues anteriors d'Instagram i Facebook realitzant un nou estudi de mercat als pròxims 6 mesos.

COVID-19: atenent a que les mesures de màrqueting proposades anteriorment no anaven destinades a un sector en particular, si més no a la visibilitat de l'empresa a tot el mercat, canviarem l'estratègia a focalitzar aquestes campanyes als petits esdeveniments com els que hem nombrat al punt anterior, per tant, el pressupost no es veuria afectat per res.

g. DISTRIBUCIÓ TEMPORAL

i. Temporalització a sis mesos

Durant els primers sis mesos farem una inversió de 340€ en el nostre pla de màrqueting elaborant totes les nostres xarxes socials, duent a terme les campanyes de Instagram i Facebook.

Fabricant el merchandising necessari per donar una imatge de professionalitat durant els nostres esdeveniments.

Realitzarem a més totes aquelles accions de màrqueting que no tenen un cost imputable com:

- Realització d'un catàleg dels nostres serveis
- Enviament de mails a ajuntaments, entitats, escoles, etc.
- Promocions amb descomptes per recomanacions, múltiples contractacions, entitats...

COVID-19: com hem anat explicant anteriorment en aquests apartats, a sis mesos vista ens focalitzarem al sector més petit, als petits esdeveniments, sobretot de caire privat, a partir de llavors aplicariem la nostra estratègia a curt termini de petits i mitjans esdeveniments buscant esdeveniments privats principalment però també de caire públics. Sempre i quan observem una millora en la recuperació del sector. Si no és així, fins els 12 mesos seguirem l'estratègia dels petits esdeveniments privats.

ii. Temporalització a partir de sis mesos

A partir d'aquesta data tornarem a realitzar un estudi del nostre pla de màrqueting per veure quin ha estat l'impacte de les nostres múltiples campanyes de màrqueting. A partir d'aquest estudi decidirem on destinar els 160€ restants destinats al pla de màrqueting

8. PLA D'ORGANITZACIÓ I GESTIÓ

h. OBJECTIUS

Ens proposem a curt termini penetrar al mercat i guanyar una bona quota de mercat per tal de situar-nos i tenir un poder de negociació amb els nostres proveïdors o en la recerca de nous.

Volem penetrar al mercat a través d'una política de preus baixos, amb petits esdeveniments guanyant en imatge més que en beneficis.

Mes endavant es buscarà reinvertir en nous productes per buscar poder oferir nous serveis i per tant nous clients, a la vegada que buscarem ampliar els nostres actius per tal de poc a poc arribar a més esdeveniments o a esdeveniments de major dimensió.

COVID-19: Els nostres objectius canvien força sobretot a curt termini (6 mesos vista) on ens focalitzarem als esdeveniments més petits, ho farem a partir de descomptes assumint un marge de benefici més estret (especulant que la situació econòmica del nostre públic objectiu es veurà força afectada i per tant menys receptiva als preus de normal).

i. ORGANITZACIÓ

Per tal de poder organitzar els nostres objectius de manera realista, ho farem diferenciant a curt i llarg termini:

- Curt termini (horitzó 1 any):

Penetració del mercat amb política de preus baixos.

- Llarg termini (horitzó 2 anys):

Reinversió de capital en nous actius que donin pas a nous serveis.

Ampliació d'actius per arribar a més públic i/o dimensions més grans d'esdeveniments.

9. PLA JURÍDIC

j. CONTRACTES

Durant el primer any el nostre objectiu és aproximar-nos al nostre públic objectiu a través de petits esdeveniments, amb la qual cosa no es requereix de mà d'obra més enllà de la pròpia, per al muntatge i realització dels esdeveniments.

En cas de requerir mà d'obra addicional s'optarà per persones autònomes del sector que coneguem, amb experiència i amb factura al nostre nom, d'aquesta manera ens estalviem les despeses d'alta d'un contracte, i la SS d'aquest. I en cap moment estem fora la llei, ja que nosaltres estem subcontractant la mà d'obra i per tant la paguem, aquesta mà d'obra està assegurada amb la seva assegurança de responsabilitat civil personal. I les despeses totals del contracte són menors en el sentit que sols paguem la mà d'obra i l'IVA.

COVID-19: aquí també ens veuríem afectats ja que tenint en compte que ens centràriem en espectacles petits i privats no necessitaríem de mà d'obra extra, amb la qual cosa, sens simplifiquen les despeses en aquest sentit. Però no es descarta de contractar alguna persona per un treball puntual sempre que sigui necessari.

k. LLICÈNCIES

No requerim de cap llicència a banda d'estat registrats com a autònoms, amb el corresponent IAE, i disposar d'una assegurança de responsabilitat civil.²⁵

l. PATENTS

Sol·licitarem el registre de la marca amb logotip "It's Yours Productions"²⁶, el preu d'inscripció de la marca i logotip al registre de patents i marques a l'estat espanyol, ens surt per 299€ amb totes les gestions incloses²⁷.

²⁵ (Gestron, 2019)

²⁶ Logo empresarial es pot veure a la portada del projecte

²⁷ Veure factura C lickDatos (ClickDatos, s.f.)

Ens hem assegurat que la marca IT'S YOURS PRODUCTIONS està 100% lliure i per tant amb total seguretat de poder ser patentada.²⁸

Ja que no comercialitzem amb productes, si no amb serveis no necessitem cap més patent.

m. ASSEGUANCES

Tenint en compte que hem optat per donar-nos d'alta amb la forma jurídica d'autònoms, és d'obligat compliment tenir una assegurança de responsabilitat civil.

Aquesta la tindrem amb Liberty Seguros²⁹ i té un cost anual de 260€ aproximadament.

Aquesta assegurança té les següents cobertures:

- 300.000€ de responsabilitat civil
- Danys a tercers produïts de forma involuntària amb una relació directa a l'activitat professional assegurada.
- Danys a tercers produïts pels propis treballadors.
- Assistència jurídica derivada de la responsabilitat civil
- Franquícies de 250€

n. GESTORIA

Hem de tenir en compte que contractarem els serveis d'una gestoria per portar-nos la presentació trimestralment i anualment IVA i IRPF. Hem contactat amb Gestoria Dalmases (Dalmases) ja que la tenim a Sabadell mateix i creiem que la gestoria ha de ser molt accessible per tal de poder solucionar qualsevol problema burocràtic futur amb la màxima rapidesa i fluïdesa possible. Les tarifes que ens ofereixen són les següents:

- Import gestió autònom i alta censal d'activitat -> 150€ + IVA
- Presentació dels models 303 (IVA) i 130 (IRPF) trimestralment -> 100€ + IVA trimestralment i 135€ + IVA el 4t trimestre (resum anual)
- Declaració de la renda varia segons la complexitat de la renda, per tant indagant per internet trobem un article³⁰ que ens diu que més o menys oscil·len sobre els 70€ + IVA les declaracions de la renda.

10. PLA FINANCER

a. FONTS DE FINANÇAMENT

La principal font de finançament és la aportació inicial feta per mi mateix, la qual serà de 10.000€, a més d'aquesta aportació inicial sol·licitarem la subvenció que ofereix la Generalitat de Catalunya, aquesta subvenció té una quantia màxima de 10.000€, on concedeixen 8.000€ a l'inici i els 2.000€ restants després del període mínim de permanència (12 mesos).³¹

Aquesta subvenció la pot demanar qualsevol persona que estigui registrada al programa de garantia juvenil, per poder-se inscriure en aquest programa cal complir els següents requisits:

²⁸ Veure informe viabilitat inscripció It's Yours Productions (ClickDatos, s.f.)

²⁹ Veure imatge 5

³⁰ (20 minutos, 2018)

³¹ (Disposicions subvenció, s.f.)

- Tenir nacionalitat espanyola
- Estar empadronat en algun municipi de Catalunya
- Tenir entre 16 i 30 anys en el moment de la sol·licitud de registre al programa
- No haver treballat en el dia natural anterior a la data de la sol·licitud de registre al programa
- No haver rebut accions formatives en el dia natural anterior a la data de la sol·licitud de registre al programa
- Presentar una declaració expressa de tenir interès en participar en el sistema nacional de garantia juvenil

A més sol·licitarem l'accés a una subvenció d'àmbit local (Sabadell) per a joves emprenedors amb un import màxim de 1.500€

Amb la següent taula mostrem el pressupost del que disposem a dia zero i posteriorment analitzem com el distribuïm segons prioritats:

Concepte	Import
Aportació inicial	10.000€
Subvenció empenedoria generalitat	10.000€ (8.000€ a inici més 2.000€ als 12 mesos)
Subvenció empenedoria local	1.500€

A la següent taula analitzem el grau de prioritat de cada necessitat per arrancar el nostre negoci:

Les quotes d'autònoms són de 60€ mensuals durant els primers 12 mesos, en total sumen 720€ durant el primer any.

Les quotes d'assegurança de Responsabilitat Civil són de 22,12€ mensuals amb Liberty Seguros, la suma al llarg del primer any és de 265,44€, això ens cobreix la nostra activitat professional tal i com ho demana la llei.

Hem comptat que el vehicle es paga tot al comptat, ara bé existeix la possibilitat de sol·licitar un finançament, a cinc anys sortrien unes quotes aproximades de 135€ mensuals³². En cas de poder-lo finançar així ho fariem per tal de mantenir una liquiditat més alta, però procurariem finançar-lo a un o dos anys, atenent a aquesta necessitat de major liquiditat però sense perdre rendibilitat dels nostres actius, si el podem pagar en dos anys en comptes de en cinc sense perjudicar la nostra liquiditat ni objectius empresarials, millor, menys interessos que ens sortirà a pagar a final del finançament, no per invertir en més

Prioritat	Necessitat
1	Autònoms
2	Assegurança RC
3	Patent de la marca
4	Vehicle empresarial
5	Pàgina Web
6	Nou material
7	Merchandising
8	Campanya Instagram
9	Campanya Facebook

		Pressupost pendent
Necessitat	Cost	19.500,00 €
Autònoms	720,00 €	18.780,00 €
Assegurança rc	265,44 €	18.514,56 €
Patent	299,00 €	18.215,56 €
Vehicle	6.538,36 €	11.677,20 €
Web	60,94 €	11.616,26 €
Material 1	3.192,10 €	8.424,16 €
Material 2	257,12 €	8.167,04 €
Material 3	5.960,00 €	2.207,04 €
Merchandising	40,00 €	2.167,04 €
Instagram	70,00 €	2.097,04 €
Facebook	75,00 €	2.022,04 €
17.477,96 €		

³² Remolques cuni (Cuni)

actius, ja que ja hem fet una inversió forta el primer any i amb més actius no significa més ingressos.

COVID-19: Desconeixem com estarà la situació de les subvencions ja que no hi ha nova informació al respecte, amb la qual cosa suposem que segueixen vigents, en cas que aquestes es vegin afectades i per tant l'import que concedeixin sigui menor, estudiarem la possibilitat de fer una inversió inicial menor, buscant un públic més petit, o bé de sol·licitar un préstec bancari o bé un segon inversor en el negoci.

Respecte a l'aportació inicial, no varia ja que seguim disposant dels mateixos diners per arrencar el negoci.

p. VIABILITAT ECONÒMICA

Per tal de fer un bon estudi de viabilitat del nostre projecte empresarial elaborarem una taula sobre els fluxos de tresoreria, i un compte de resultats a partir de les despeses reals que podem conèixer amb anterioritat tenint en compte la nostra estratègia empresarial, i especulant els nostres ingressos en funció de les nostres esperances d'èxit i essent realistes a disposar d'una cartera de clients força estreta i poca influència en el mercat.

COVID-19: Amb la situació actual sens posar inclús una situació un tant favorable, recordem que el nostre objectiu inicial era el de seguir una política de preus baixos. Especulem que amb aquesta crisi la gent i entitats hauran patit una davallada dels seus ingressos i en conseqüència una pèrdua en el seu poder adquisitiu, amb la qual cosa si necessiten els nostres serveis buscaran un cost més baix per poder-lo suportar, sense mostrar un interès tant gran en la professionalitat o qualitat del servei. Amb la qual cosa ens afavoreix tenint en compte que tenim el factor experiència en contar.

COVID-19: Cal afegir que durant aquesta temporada hem aconseguit algun contracte amb empreses d'altres sectors com amb Eufòria, una empresa de Sant Quirze del Vallès, poble veí de Sabadell, amb la qual, degut a la situació actual han decidit subcontractar els serveis d'il·luminació i so a nosaltres, aquesta té una trajectòria considerable amb contractes amb grans empreses discotequeres.

A més, ens hem posat en contacte amb persones organitzadores d'espectacles petits, oferint condicions especials, com un 20% durant tot el 2020.

Com hem comentat anteriorment, per estudiar la nostra viabilitat econòmica ho farem amb dues graelles, actualitzades atenent a la situació actual per la pandèmia.

En la primera taula tindrem en compte només els moviments de diner, sense importar impostos i amortitzacions, només la tresoreria, per veure la nostra liquiditat.

En la segona taula fem unes correccions sobre la liquiditat del nostre projecte empresarial tenint en compte que l'IVA és retornable, amb la qual cosa ens dona algunes variacions dels nostres resultats.

Finalment, en el compte de resultats deixarem de banda l'IVA i totes les compres que féssim calcularíem les amortitzacions, ja que ens interessa veure si realment el nostre negoci funcionaria o bé no seria rentable.

Referent a les amortitzacions aniran de la següent manera:

- El nou material s'amortitzarà a tres anys (33,33% anual).
- Les petites despeses extraordinàries no s'amortitzaran amb cap rang temporal, per tant es comptarà amortitzades al moment de la compra.
- Els elements de transport els amortitzarem a 5 anys (20% anual).
- L'adquisició de terrenys i béns immobles s'amortitzaran a 30 anys (3% anual).

Amortitzacions	Preu	Anys	Preu Amort. Anual	Preu Amort. Trim.
Vehicle empresarial	-5.403,60 €	5	- 1.080,72 €	- 270,18 €
Material 1	-2.637,27 €	3	- 879,09 €	- 219,77 €
Material 2	- 212,50 €	3	- 70,83 €	- 17,71 €
Material 3	-4.925,62 €	3	- 1.641,87 €	- 410,47 €

A partir d'aquesta taula podem actualitzar els fluxos de tresoreria pel compte de resultats, on veurem realment la viabilitat del nostre projecte empresarial, ja que mantenim al marge els nivells de tresoreria i els impostos (IVA).

Imatge 1 Fluxes de tresoreria (Elaboració pròpia)

	FLUXES DE TRESORERÍA											
	1r any				2n any				3r any			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Autònoms	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 420,00 €	- 420,00 €	- 600,00 €	- 600,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €
Assegurança	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €
Patent marca	- 299,00 €											
Vehicle empresarial	- 6.538,36 €											
Web	- 5,99 €		- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €
Material 1	- 3.191,10 €											
Material 2	- 257,12 €											
Material 3			-5.960,00 €									
Merchandising	- 40,00 €											
Instagram	- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €	
Facebook	- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €	
Gestoria	- 302,50 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €	- 121,00 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €	- 121,00 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €
TOTAL DESPESES	-11.025,43 €	- 367,36 €	-6.587,03 €	- 439,68 €	- 782,33 €	- 637,33 €	- 1.047,03 €	- 859,68 €	- 1.202,33 €	- 1.057,33 €	- 1.287,03 €	- 1.099,68 €
aportació inicial	10.000,00 €											
Subv. Generalitat	8.000,00 €				2.000,00 €							
Subv. Local	1.500,00 €											
Facturació prevista	450,00 €	750,00 €	1.000,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	2.100,00 €	2.400,00 €	2.700,00 €	3.000,00 €	3.300,00 €
TOTAL INGRESSOS	19.950,00 €	750,00 €	1.000,00 €	1.200,00 €	3.200,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	2.100,00 €	2.400,00 €	2.700,00 €	3.000,00 €	3.300,00 €
TOTAL TRIMESTRE	8.924,57 €	382,64 €	-5.587,03 €	760,32 €	2.417,67 €	862,67 €	752,97 €	1.240,32 €	1.197,67 €	1.642,67 €	1.712,97 €	2.200,32 €
RESULTAT ACUMULAT	8.924,57 €	9.307,21 €	3.720,18 €	4.480,50 €	6.898,17 €	7.760,84 €	8.513,81 €	9.754,13 €	10.951,80 €	12.594,47 €	14.307,44 €	16.507,76 €

Imatge 7 Liquidacions IVA (pròpia, Liquidacions IVA, 2020)

	LIQUIDACIONS IVA											
	1r any				2n any				3r any			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Autònoms	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 420,00 €	- 420,00 €	- 600,00 €	- 600,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €
Assegurança	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €	- 66,36 €
Patent marca	- 299,00 €											
Vehicle empresarial	- 6.538,36 €											
Web	- 5,99 €		- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €	- 29,97 €
Material 1	- 3.191,10 €											
Material 2	- 257,12 €											
Material 3			- 5.960,00 €									
Merchandising	- 40,00 €											
Instagram	- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €		- 70,00 €	
Facebook	- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €		- 75,00 €	
Gestoria	- 302,50 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €	- 121,00 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €	- 121,00 €	- 121,00 €	- 205,70 €	- 163,35 €
IVA SUPORTAT	1.882,26 €	32,52 €	1.111,96 €	45,07 €	62,88 €	37,72 €	77,58 €	45,07 €	62,88 €	37,72 €	77,58 €	45,07 €
TOTAL DESPESES	- 11.025,43 €	- 367,36 €	- 6.587,03 €	- 439,68 €	- 782,33 €	- 637,33 €	- 1.047,03 €	- 859,68 €	- 1.202,33 €	- 1.057,33 €	- 1.287,03 €	- 1.099,68 €
aportació inicial	10.000,00 €											
Subv. Generalitat	8.000,00 €				2.000,00 €							
Subv. Local	1.500,00 €											
Facturació prevista	450,00 €	750,00 €	1.000,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	2.100,00 €	2.400,00 €	2.700,00 €	3.000,00 €	3.300,00 €
IVA A COBRAR		1.706,52 €		775,21 €								
IVA REPERCUTIT	- 78,10 €	- 130,17 €	- 173,55 €	- 208,26 €	- 208,26 €	- 260,33 €	- 312,40 €	- 364,46 €	- 416,53 €	- 468,60 €	- 520,66 €	- 572,73 €
TOTAL INGRESSOS	19.950,00 €	2.456,52 €	1.000,00 €	1.975,21 €	3.200,00 €	1.500,00 €	1.800,00 €	2.100,00 €	2.400,00 €	2.700,00 €	3.000,00 €	3.300,00 €
TOTAL TRIMESTRE	8.924,57 €	2.089,16 €	- 5.587,03 €	1.535,53 €	2.417,67 €	862,67 €	752,97 €	1.240,32 €	1.197,67 €	1.642,67 €	1.712,97 €	2.200,32 €
LIQUIDACIÓ IVA	1.804,17 €	- 97,65 €	938,41 €	- 163,20 €	- 145,38 €	- 222,61 €	- 234,81 €	- 319,39 €	- 353,65 €	- 430,88 €	- 443,08 €	- 527,66 €
RESULTAT ACUMULAT	8.924,57 €	11.013,73 €	5.426,70 €	6.962,23 €	9.379,90 €	10.242,57 €	10.995,54 €	12.235,86 €	13.433,53 €	15.076,20 €	16.789,17 €	18.989,49 €

Imatge 8 Compte de resultats (pròpia, Comptes de resultats, 2020)

	COMPTE DE RESULTATS											
	1r any				2n any				3r any			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Autònoms	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 180,00 €	- 420,00 €	- 420,00 €	- 600,00 €	- 600,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €	- 840,00 €
Assegurança	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €	- 54,84 €
Patent marca	- 247,11 €											
Vehicle empresarial	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €	- 270,18 €
Web	- 4,95 €		- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €	- 24,77 €
Material 1	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €	- 219,77 €
Material 2	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €	- 17,71 €
Material 3			- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €	- 410,47 €
Merchandising	- 33,06 €											
Instagram	- 57,85 €		- 57,85 €		- 57,85 €		- 57,85 €		- 57,85 €		- 57,85 €	
Facebook	- 61,98 €		- 61,98 €		- 61,98 €		- 61,98 €		- 61,98 €		- 61,98 €	
Gestoria	- 250,00 €	- 100,00 €	- 170,00 €	- 135,00 €	- 100,00 €	- 100,00 €	- 170,00 €	- 135,00 €	- 100,00 €	- 100,00 €	- 170,00 €	- 135,00 €
TOTAL DESPESES	- 1.397,45 €	- 842,50 €	- 1.467,58 €	- 1.312,74 €	- 1.637,58 €	- 1.517,74 €	- 1.887,58 €	- 1.732,74 €	- 2.057,58 €	- 1.937,74 €	- 2.127,58 €	- 1.972,74 €
aportació inicial	10.000,00 €											
Subv. Generalitat	8.000,00 €				2.000,00 €							
Subv. Local	1.500,00 €											
Facturació prevista	371,90 €	619,83 €	826,45 €	991,74 €	991,74 €	1.239,67 €	1.487,60 €	1.735,54 €	1.983,47 €	2.231,40 €	2.479,34 €	2.727,27 €
TOTAL INGRESSOS	19.871,90 €	619,83 €	826,45 €	991,74 €	2.991,74 €	1.239,67 €	1.487,60 €	1.735,54 €	1.983,47 €	2.231,40 €	2.479,34 €	2.727,27 €
TOTAL TRIMESTRE	18.474,45 €	- 222,67 €	- 641,13 €	- 321,01 €	1.354,16 €	- 278,07 €	- 399,97 €	2,80 €	- 74,10 €	293,66 €	351,76 €	754,53 €
RESULTAT ACUMULAT	18.474,45 €	18.251,78 €	17.610,65 €	17.289,64 €	18.643,80 €	18.365,73 €	17.965,76 €	17.968,56 €	17.894,45 €	18.188,12 €	18.539,88 €	19.294,41 €

11. CONCLUSIONS

Arribats al final del nostre estudi sobre la creació d'una empresa o forma empresarial, ens trobem amb un mercat que a priori es mostrava en fort creixement, però que degut a la situació actual aquest creixement s'ha vist frenat molt considerablement amb una crisi global que afecta i molt, al nostre sector dels espectacles en viu (principalment).

A més, el nostre públic objectiu, inicialment recordem que ens centràvem en un públic més aviat de petits i mitjans esdeveniments ja que amb el nostre estudi de mercat ens sortia que per quota de mercat i per la inversió que podríem realitzar a l'inici del nostre negoci, ens era més factible. Ara bé, tenint en compte la gran pandèmia patida a nivell mundial, creiem més convenient i realista reduir el nostre públic objectiu principalment als petits esdeveniments, ja que, els macro espectacles estaran prohibits per força temps, amb la qual cosa, les empreses que es dediquen principalment a aquest tipus d'espectacles es veuran forçades a redirigir-se al mercat cap als mitjans esdeveniments (es podran realitzar abans) sumat a que disposen de grans capitals invertits en actius, no tindran problemes en oferir preus molt competitius i per tant que ens dificulti molt la nostra incorporació al mercat.

Com recordem en aquest mateix estudi ens sortia que els efectes especials eren principalment demandats en relació a la dimensió dels espectacles, per tant pels macro esdeveniments. Amb la qual cosa optarem per reduir la nostra oferta d'efectes especials (FX), a FX bàsics i que no tenen la gran despesa en consumibles com el confeti i els disparadors de foc, ambdós casos els consumibles són econòmics i són força demandats (principalment el confeti).

Un cop determinat la situació del mercat i el nostre públic objectiu, vam realitzar l'estudi de la nostra empresa amb les 5 forces de Porter i el DAFO, en el primer cas recordem les 5 forces de Porter són:

- Clients → em de tenir en compte que els nostres futurs clients han patit uns mesos de falta d'ingressos i per tant una disminució del poder adquisitiu.
- Proveïdors → proveïdors sense vendes, amb necessitat de liquidar existències per reactivar les vendes i el moviment del magatzem.
- Competència de mercat → possibilitat que es vegi incrementada degut a la reorientació de la oferta (grans empreses orientades a mitjans esdeveniments de forma temporal)
- Nous competidors → poden sorgir noves ajudes i incentius econòmics per a la incorporació de persones emprenedores al mercat i per tant incentivar a nous competidors, per ara no hi ha, però és una possibilitat que l'estat pot aplicar per reactivar la economia.
- Productes substitutius → parlem d'uns productes que són força econòmics i que ofereixen efectes bàsics, aquests productes substitutius afecten essencialment als més menuts dels esdeveniments.

Per altre banda, podem extreure un seguit de conclusions: el fet de ser una empresa de nova creació ens aporta una oportunitat de negoci molt important i que hem de saber aprofitar, recordem que gran part de la inversió del projecte és feta amb material³³, per tant, ja està amortitzat. Així doncs, el marge de benefici nostre és molt ampli i per tant podem introduir-nos després d'aquesta situació tant excepcional a partir de preus baixos (ho conclourem més endavant). Una de les amenaces més fortes actualment serà la de que grans empreses orientin els seus serveis als petits esdeveniments i per tant, amb la seva trajectòria ens sigui més complicada la nostra introducció al mercat. I per acabar l'estudi de les DAFO em de destacar la fortaleza més gran, empresa de nova creació amb inversió de material i de capital (important) davant d'empreses ja existents que han patit aquesta pandèmia a primera línia i que compten amb pèrdues significatives per la actual situació.

El nostre Pla de Màrqueting a seguir estarà orientat principalment al nostre públic objectiu que com hem afirmat anteriorment em adaptat a la situació actual, així doncs, el nostre públic objectiu serà el 48% de la mostra del nostre estudi de mercat amb capacitat per organitzar esdeveniments. Per tant, als petits esdeveniments.

³³ Veure llistat d'il·luminàries als annexes, hi ha tota la inversió en material.

Les polítiques de màrqueting no seran molt complexes ja que hem d'arribar al màxim de gent possible amb pocs recursos (que organitzen petits esdeveniments) i a entitats i empreses que també organitzen petits esdeveniments, per això, amb el primer públic, creiem que son persones "convencionals" i que per arribar a elles utilitzarem les xarxes socials principals (Instagram i Facebook) ja que aquestes tenen un poder molt gran a la societat, així doncs farem campanyes de 150€ en ambdues plataformes cada 6 mesos, per temporada d'hivern i d'estiu, cada campanya serà estudiada posteriorment per tal de poder-les optimitzar en un futur. Per acostar-nos al segon públic que volem arribar ho farem via correu principalment (ajuntaments, entitats, empreses, etc.) ja que les campanyes via xarxes socials també tindran repercussió en aquest públic sobretot per entitats.

Durant aquest 2020 aplicarem una promoció del 20% de descompte en els nostres serveis per tal d'incentivar la nostra incorporació en el mercat. Aquests serveis amb els quals operarem seran els següents:

- Il·luminació
- Sonorització
- Lloguer de material³⁴
- Efectes especials (confeti i disparadors de foc)
- Il·luminació i sonorització d'espais (muntatge d'equips de so i llums permanents)
- Servei tècnic

D'aquests serveis, ens centrarem en la il·luminació i sonorització per a esdeveniments, en aquests es centrarà la majoria de la nostra activitat ja que és amb el que hi ha més demanda tal i com hem estudiat en el nostre estudi de mercat.

Per determinar els nostres preus, si bé recordem, la nostra inversió inicial és bàsicament en equips, ja amortitzats, amb la qual cosa determinarem el preu en funció de la competència i en el cas dels preus sota pressupost els determinarem en funció del tipus de client.

Ens comunicarem amb els nostres clients principalment mitjançant xarxes socials i via telemàtica (correu i web), amb la pàgina web donarem referències sobre els nostres serveis, via correu anunciarem noves campanyes, descomptes generalitzats i personalitzats a clients en concret per fidelitat o volum de facturació.

Per distribuir els nostres productes, atenent a que comercialitzem amb serveis principalment, adquirirem d'un remolc per poder transportar tot el material a cada esdeveniment.

Recordem que el Pla de Màrqueting es centrarà amb els nostres objectius, aquests els diferenciarem en dos horitzons temporals, uns a curt termini (1 any vista), on prioritzarem la penetració al mercat a partir d'una política de preus baixos (ho hem analitzat al DAFO) com podria ser amb el 20% de descompte durant el 2020. I uns altres objectius a llarg termini (2 anys vista) on buscarem reinvertir part dels beneficis en nous equips per tal de buscar obrir els serveis que podem oferir, aconseguint així més clientela.

Al final del tercer any del negoci, segons el nostre compte de resultats, estudiariem la possibilitat d'adquirir una furgoneta industrial, amb més capacitat de càrrega que el remolc, així podríem fer front a esdeveniments més grans (en cas de falta d'equips propis s'estudiaria el lloguer d'aquests o bé l'adquisició i ampliar el negoci).

Respecte el Pla Jurídic, són pocs els permisos que requerim, principalment els autònoms i IAE, a més de la patent de la marca per poder operar sota el nom de It's Yours Productions. Per la possibilitat d'haver de contractar a persones per als nostres treballs, optarem per realitzar factures a persones autònomes per un servei, d'aquesta manera ens estalviariem despeses de gestió d'un contracte, en cas de no trobar a cap treballador autònom per un esdeveniment fariem contractes d'obra i servei.

A més comptarem amb la gestoria Dalmases³⁵, gestoria de confiança i de Sabadell, guanyem en comoditat i gestió.

³⁴ Veure tarifes de lloguer als annexes

³⁵ (Dalmases)

Finalment en el nostre estudi del Pla Financer, determinem que la nostra aportació inicial és bàsicament monetària ja que com hem comentat anteriorment, tot l'equip que aportem³⁶ ja està amortitzat i per tant no té un valor monetari que es pugui comptabilitzar com a aportació inicial. Aprofitarem a més la subvenció per emprenedoria de l'Ajuntament de Sabadell de 1.500€ que la concedeixen en un període de temps molt reduït (un mes) amb la presentació d'un projecte elaborat (aquest mateix). I finalment la subvenció de la generalitat, la concedeixen sense necessitat de presentar cap projecte, només haig d'estar donat d'alta al programa juvenil de la generalitat, requisits del programa explicats al treball i que complirem sense problemes el setembre (moment en que es fa la sol·licitud de la subvenció).

En el punt més important del projecte, la viabilitat d'aquest, observem que a nivell de cartera³⁷ disposem d'una bona liquiditat en tot moment, inclús podríem estudiar, tenint en compte que les reinversions del nostre projecte solen ser de grans quantitats de capital ja que aquest té un cost elevat, de finançar-les amb una entitat bancària, per tal de mantenir una liquiditat més alta. Podent així fer inversions més freqüentment. I per tant mantenir un ritme alt de modernització dels nostres equips.

Per tal d'afavorir la nostra viabilitat futura, a llarg termini afegirem un servei extraordinari orientat a la venda d'equip de segona mà, oferint els nostres equips que no els donem utilitat degut a la seva modernització.

Observant el compte de resultats³⁸, es fan realitat el que ja ens temíem, i són les pèrdues durant els dos primers anys, a nivell de tresoreria no observàvem pèrdues ja que consideràvem que pagàvem els nous actius al principi i ja està, però tenint en compte que amortitzem els nostres actius per repartir la carrega econòmica d'aquests i veure exactament si ens donen rentabilitat o bé no.

Observem que durant els dos primers anys no obtenim rendibilitat i que és a partir del tercer que comencem a observar números verds, això és degut a que em especulat que la nostra facturació seria "conservadora" i creixent, per tant ens hem marcat aquesta facturació com a mínima per tal d'obtenir futurs beneficis, igual que tampoc hem aplicat que durant el segon i tercer trimestre de l'any es sol facturar més (temporada d'estiu hi ha molta més demanda).

Per tant, finalitzem el nostre estudi afirmant que el nostre projecte serà viable a llarg termini i que per tant val la pena anar endavant i invertir.

³⁶ Veure llistat il·luminàries (tarifes lloguer)

³⁷ Veure taula fluxes de tresoreria (Pla de Finançament)

³⁸ Veure taula Compte de Resultats (Pla de Finançament)

12. BIBLIOGRAFIA

20 minutos. (11 / 04 / 2018). ¿Cuánto cobra un asesor o asesoría por hacer la Declaración de la Renta? *20 minutos*.

Ardeco's. (sense data). Ardeco's uniformes. Olesa de Montserrat, Espanya.

Block&Block. (sense data). *Block&Block*. Recollit de <https://blockandblock.es/>

ClickDatos. (4 / 2020). Patent It's Yours Productions. Sabadell, Barcelona, Espanya.

ClickDatos. (sense data). *Click and Datos, consultoria de protecció de dades*. Recollit de <https://clickdatos.es/>

Cuni, R. (sense data). Remolques Cuni. Tarragona, Tarragonés, Espanya.

Dalmases, G. (sense data). Sabadell, Barcelona, Espanya.

Disposicions subvenció. (sense data). Recollit de <https://portaldogc.gencat.cat/utisEADOP/PDF/7922/1754753.pdf>

Elaboració pròpia. (sense data).

Facebook. (sense data). *Facebook Bussiness*. Recollit de https://www.facebook.com/adsmanager/creation?act=342618916492185&filter_set

FX, M. (sense data). *Màquina FX*. Recollit de <https://maquinasfx.com/>

Generalitat de Catalunya. (sense data). *Garantía Juvenil*. Recollit de http://garantiajuvenil.gencat.cat/es/area-dempreses/Subvencions_per_afavorir_la_incorporacio_al_mercat_de_treball_de_jove_s_acollits_al_Programa_de_Garantia_Juvenil/ajuts-per-a-persones-emprendedores-i-treballadors-autonomos/

Gestron. (2019). *Tarifa plana de autonomos*. Recollit de <https://gestron.es/tarifa-plana-de-autonomos/>

Hostalia. (sense data). Recollit de <https://panel.hostalia.com/cart/#/cart>

IMSA. (sense data). Instruments Musical de SAbadell.

INE. (2019 4T). *Institut Nacional d'Estadística*. Recollit de <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4076#!tabs-tabla>

Instagram. (sense data).

IOC. (sense data). *Institut Obert de Catalunya*. Recollit de https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/CMA0_VEC/VEC_CMA0_M08/web/html/WebContent/u4/a1/continguts.html

Jiménez, P. G. (2015). Estudi del control d'il·luminació espectacular mitjançant el protocol DMX512: Conceptes generals i cas pràctic. Gandía, Comunitat Valenciana.

Martí, T. C. (2019). *Cómo hacer un plan de empresa*. Profit.

Palma, J. (sense data). *Com fer un Resum Executiu*. Parc de Recerca UAB.

pròpia, E. (2019). *Qüestionari estudi de mercat*. Província Barcelona.

pròpia, E. (2020). *Comptes de resultats*. Excel.

pròpia, E. (2020). *Liquidacions IVA*.

Senolog. (sense data). *Senolog*. Recollit de <http://www.senolog.com/>

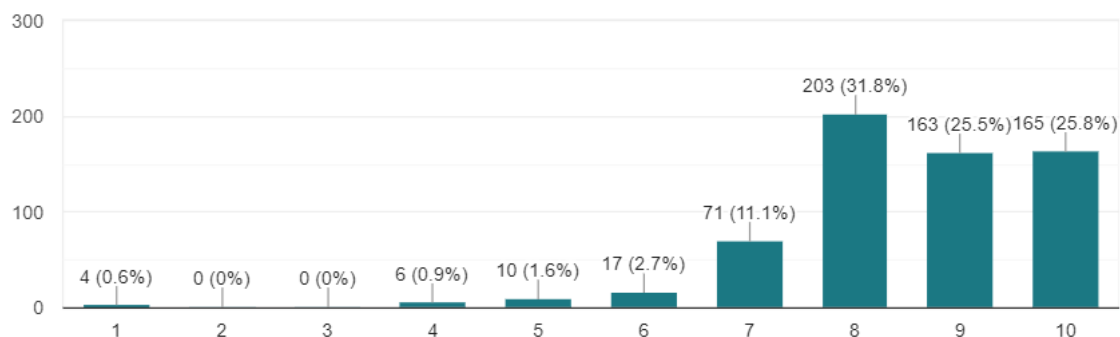
SingularCover. (sense data). *Singular Cover*. Recollit de
<https://singularcover.com/funnel/offers?token=FQzQGcuRr0b5fE5ybMGd>

Societats, R. M. (sense data). *Registre Mercantil de Societats*. Recollit de
<http://www.rmc.es/Sociedades.aspx>

Thomann. (sense data). *Thomann*. Recollit de www.thomann.es

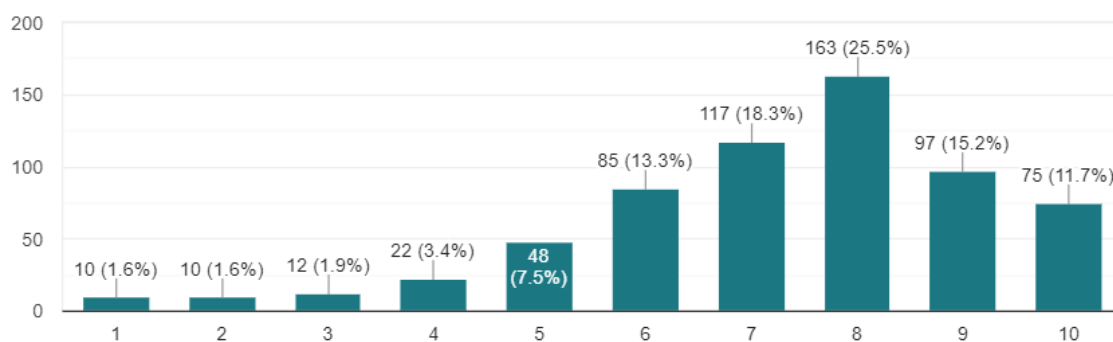
Thomann. (sense data). *Thomann GmbH*. Recollit de www.thomann.es

13. ANNEXES



Gràfic 2: importància il·luminació i so

Font: elaboració pròpia

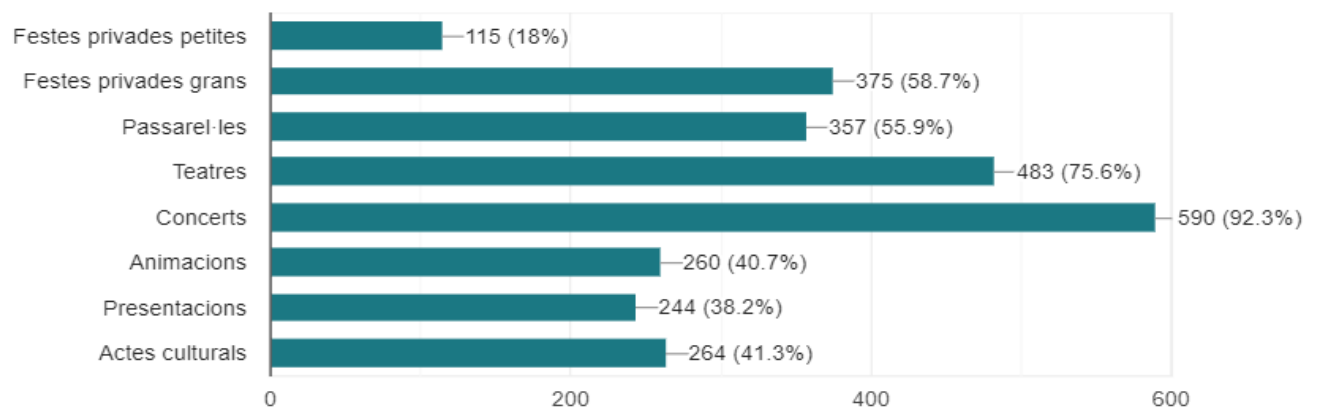


Gràfic 3: importància efectes especials

Font: elaboració pròpia

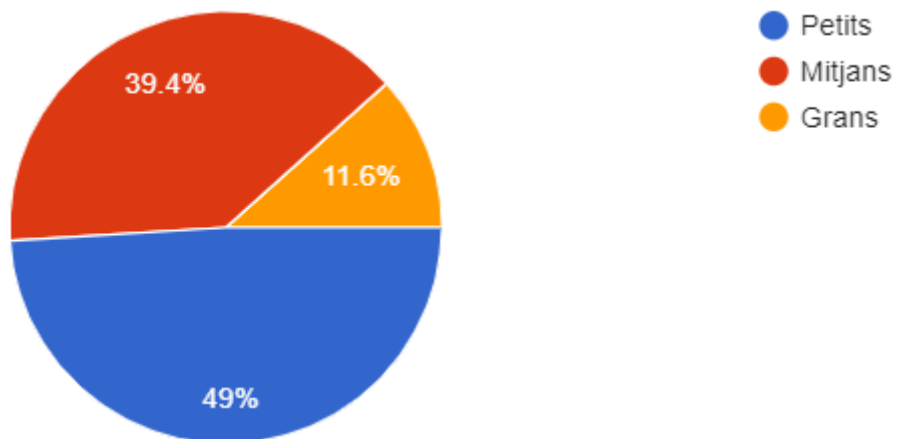


Gràfic 5: Visió públic general



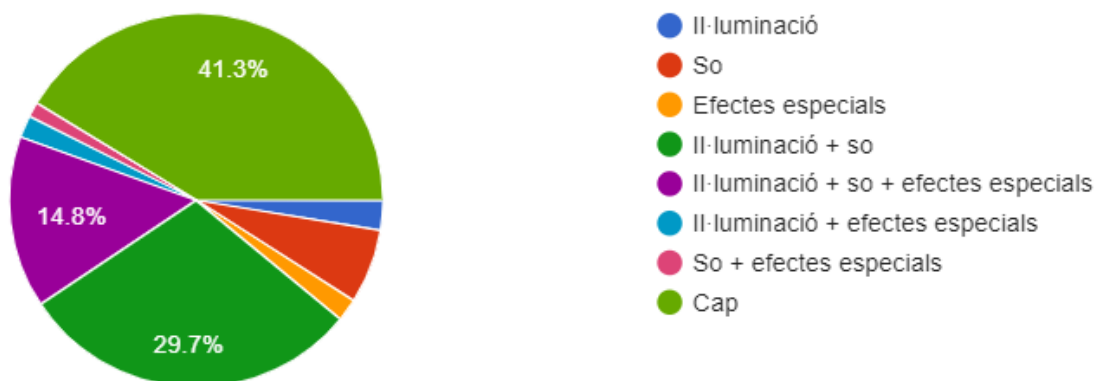
Gràfic 6: impacte de la il·luminació i el so

Font: elaboració pròpia



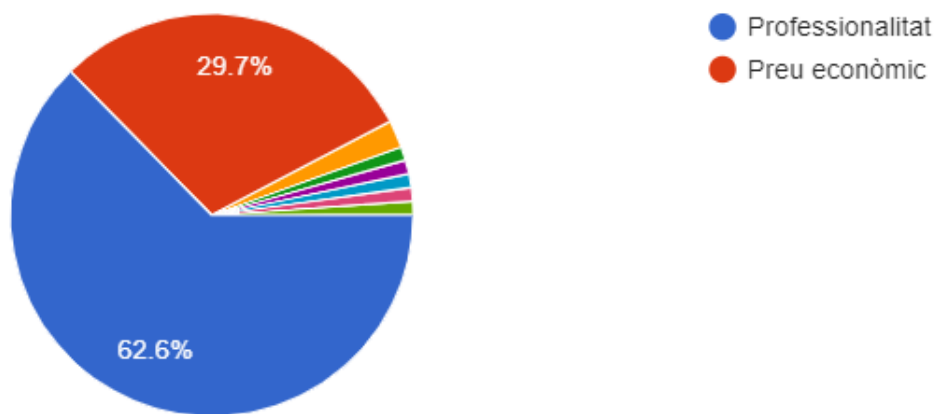
Gràfic 7: dimensions esdeveniments

Font: elaboració pròpia



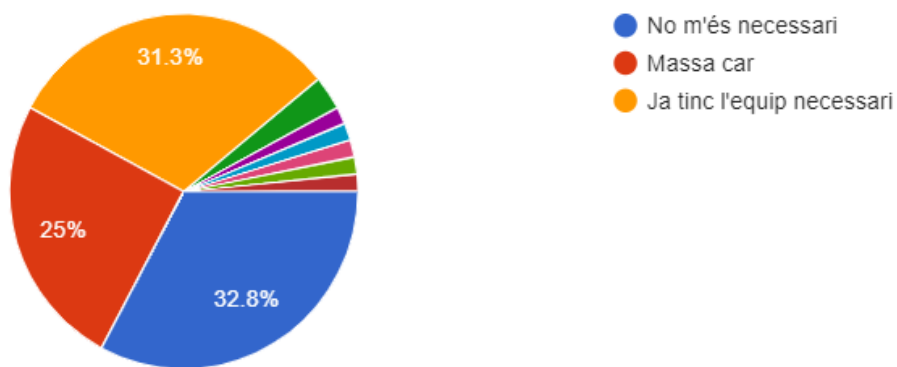
Gràfic 8: Subcontractacions

Font: elaboració pròpia



Gràfic 9: Objectius contractació





Font: elaboració pròpia



Gràfic 10: Raons de no contractar

Font: elaboració pròpia

Su cesta de compras

Artículo	Cantidad	Precio total
 Global Truss F34Base Plate Disponibilidad inmediata Añadir a la lista de deseos Borrar Cantidad de descuento aplicable: 42,40 € en vez de 44 € por 4 Unidad	2	86,40 €
 Global Truss CC50403 Base Plate Steel 600mm Disponibilidad inmediata Añadir a la lista de deseos Borrar	2	126 €
 Global Truss 5003 Half Cone M10 F31-F44 Disponibilidad inmediata Añadir a la lista de deseos Borrar Cantidad de descuento aplicable: 5,39 € en vez de 5,70 € por 12 Unidad	8	44,72 €
 Envío a Spain		0 €
Cobrar vale de Thomann Añadir número de artículo Imprimir cesta de la compra		Suma: 257,12 € Todos los precios incluyen IVA.

Imatge 2 (Thomann, Thomann GmbH, s.f.)

 Resumen de tu compra	1 Datos de usuario	2 Métodos de pago	3 Confirmación
---	--------------------	-------------------	----------------









Producto	Alta	Facturación	Precio
Tu Web Advanced Añadir dominio/s ★ Promoción 6 meses gratis, después 9,99€/mes	5,99€	Anual	54,95€

[Ver más productos](#)

Total:	60,94€
Sin impuestos	
Continuar	

Imatge 2 (Hostalia, s.f.)

Su cesta de compras

Artículo	Cantidad	Precio total
 dB Technologies DVA Mini Set M2M + M2S Disponible dentro de 7-8 semanas Añadir a la lista de deseos Borrar	2 	2.558 €
 dB Technologies DVA Mini DRK-5 Rigging Kit Disponibilidad inmediata Añadir a la lista de deseos Borrar	2 	844 €
 dB Technologies DVA MS12 Disponibilidad inmediata Añadir a la lista de deseos Borrar	2 	2.558 €
 Envío a <input type="text" value="Spain"/> 		0 €

[Cobrar vale de Thomann](#)
[Añadir número de artículo](#)
[Imprimir cesta de la compra](#)

Suma: 5.960 €
 Todos los precios incluyen IVA.

Imatge 3 (Thomann, Thomann GmbH, s.f.)



Imatge 4 (Ardeco's)

 vigencia de la póliza:
2020-03-15 - 2021-03-14

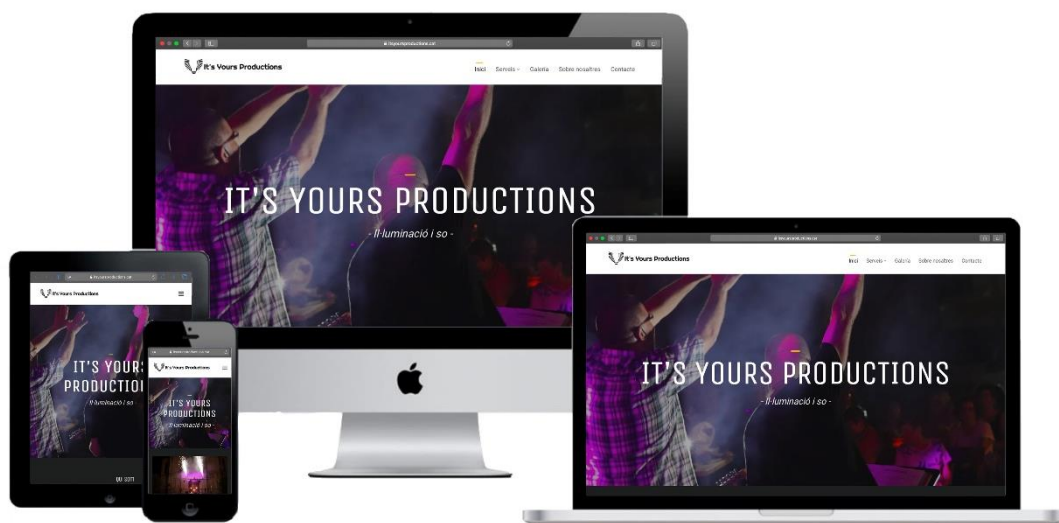
Pro

22,12 € / mes (265,37 €)

- ✓ Responsabilidad civil
- ✓ Explotación
- ✓ Cobertura Patronal
- ✓ Responsabilidad Civil Post-trabajos

Contratar

Imatge 5 (SingularCover, s.f.)



Imatge 6: Pàgina web (Hostalia, s.f.)

LLISTAT IL·LUMINÀRIES

Il·luminació

Màquines de fum

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
BeamZ	Màquina de fum 1500w	DMX	20,00€
Mark	Màquina de fum 900w		10,00€

Caps mòbils

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
ProLight	Moving head beam 260w	DMX	30,00€
IYP	Moving head spot 60w	DMX	15,00€

Par led

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	Par led 18x18w RGBW+UV	DMX	15,00€
IYP	Par led UV	DMX	5,00€
Mark	Par led 9x3w RGBW	DMX	10,00€
IYP	Par 64 200w	Làmpara, blanc càlid	5,00€
Mark	Barra 4 par led 36x3w RGBW	DMX	30,00€

Dímer

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
ProLight	Dímer 4ch	DMX	20,00€

Canons de seguiment

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	Canó de seguiment 330w		30,00€

Taules DMX

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
Showtec	Showtec creator compact	DMX	40,00€
Kontrak	Kontrak 192	DMX	15,00€

Encegadores

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
Showtec	Cob Blinder 2	DMX	10,00€

Làser

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
StairVille	Laser Pro Advanced 1000	DMX	40,00€

Cablejat DMX

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	XLR 1m	DMX	3,00€
IYP	XLR 5m	DMX	3,00€
IYP	XLR 10m	DMX	5,00€
IYP	XLR 15m	DMX	5,00€
IYP	XLR 20m	DMX	10,00€
IYP	DMX wireless receptor	DMX	10,00€
IYP	DMX wireless emissor	DMX	10,00€

Estructures

Torres elevadores

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
StageLine	Trípode 3m	70kg de càrrega	5,00€
Work	Torre elevació 4m	100kg de càrrega	15,00€
Block&block	Torre elevació 6,5m	220kg de càrrega	60,00€

Estructura truss

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
GlobalTruss	Truss quadrat 2m	Truss 4 punts	10,00€
GlobalTruss	Truss quadrat 1m	Truss 4 punts	10,00€
GlobalTruss	Truss triangular 2m	Truss 3 punts	10,00€
GlobalTruss	Adaptador truss		5,00€
Thomann	Extensió 0,5m	Truss 1 punt	5,00€
Thomann	T alumini 0,5x0,5m	Truss 1 punt	5,00€
Thomann	Base truss 12kg	Tot tipus de truss	5,00€

Efectes especials

Màquines de foc

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
--------------	--------------	-------------------------	-------------

IYP	Màquina de foc	DMX	30,00€
IYP	Consumibles foc		20,00€

So

Altaveus

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
DB Technologies	Altaveu actiu 300w	Connexió jack i canon	25,00€
DB Technologies	Altaveu actiu 400w	Connexió jack i canon	25,00€

Micròfons

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
LD Sistems	WS1000MD	Dinàmic de mà	20,00€
Audio-technica	AT2031	Instrumental/ambient	20,00€

Taula de So

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
StageLine	MMX-1202	12ch pro audio mixer + CD + 2 micros s.c.	50,00€

Cablejat

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	Jack 5 metres		5,00€
IYP	Manguera canon 10m	Amb alimentació	10,00€

Peus

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	Peu de micròfon		3,00€
IYP	Peu altaveu		5,00€

Alimentadors

<u>Marca</u>	<u>Model</u>	<u>Característiques</u>	<u>Preu</u>
IYP	Manguera 10m	Alimentador x4	5,00€
IYP	Manguera 25m	Alimentador x4	7,00€
IYP	Manguera 50m	Alimentador x4	10,00€



It's Yours Productions

CATÀLEG

It's Yours Productions

Fes realitat els teus somnis



It's Yours Productions

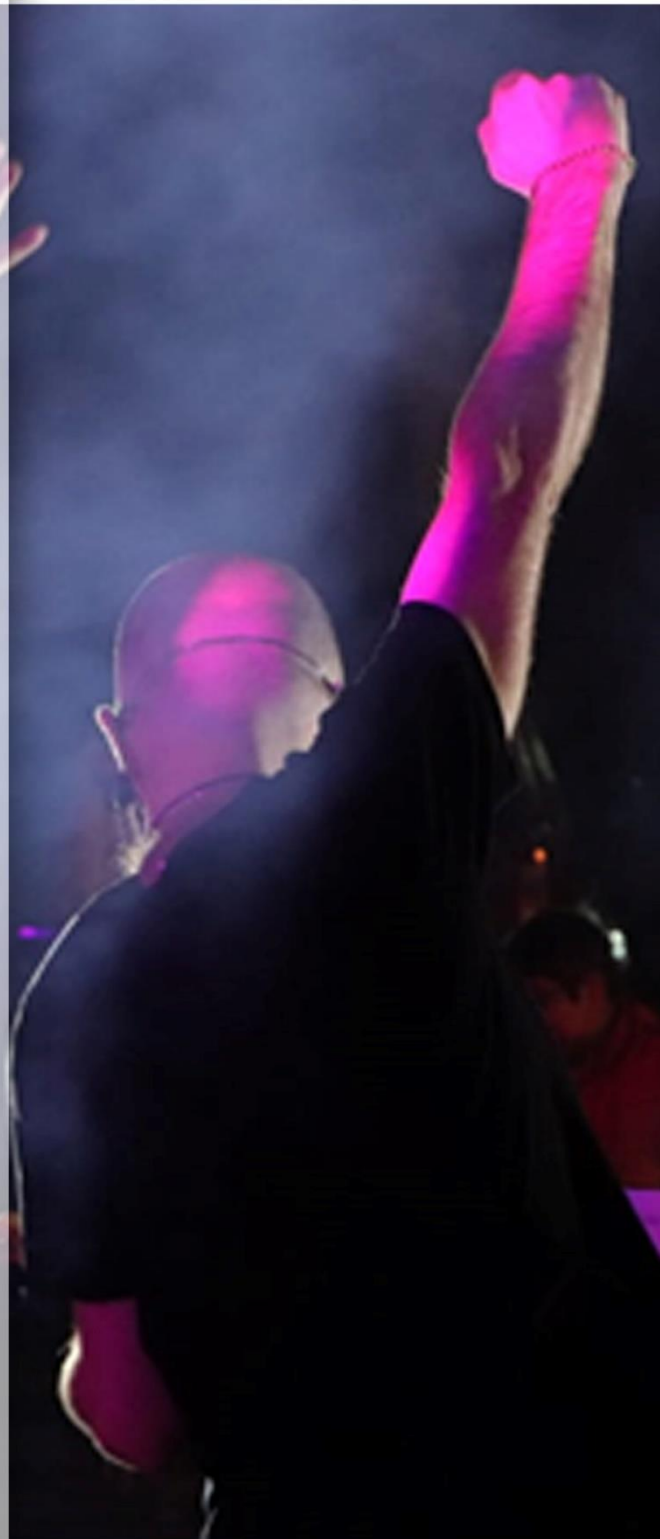
SOBRE NOSALTRES

It's Yours Productions som un equip de professionals del sector de la il·luminació i el so, disposats a dur a terme la realització de qualsevol tipus d'espectacle.

Sempre amb el **compromís** en vers al client d'assegurar l'**accessibilitat** al nostre servei ajustant el pressupost a les necessitats i desitjos de cadascú, sense perdre la màxima **professionalitat** que ens exigeix el nostre logotip.

Per això, It's Yours Productions ofereix molts tipus de serveis adequats per a cada necessitat i objectiu.

Contacta'ns i demana el teu pressupost.



SERVEIS



DISCOMÒBIL

Et portem la festa on tu vulguis, només has de dir on i quan, fora preocupacions.



CONCERTS

Necessites il·luminar i sonoritzar un concert? T'ajustem pressupost a les teves necessitats!.



SONORITZACIÓ

Sonoritzem tot tipus d'espais amb la màxima professionalitat.



IL·LUMINACIÓ

Il·luminem tot allò que imaginis i et creem l'ambient desitjat.



It's Yours Productions

SERVEIS



TEATRE

Necessites realitzar una obra de teatre a l'exterior o l'interior? T'il·luminem i sonoritzem buscant l'excel·lència.



PASSAREL·LES

Il·luminem les teves passarel·les per què ningú es perdi cap detall dels teus models.



EFFECTES ESPECIALS

Comptem amb disparadors de foc i confeti per fer l'espectacle de la teva vida.



LLOGUER MATERIAL

Tens material i necessites completar-lo? No necessites servei tècnic? Tenim equips a la teva disposició.



It's Yours Productions

www.itsyoursproductions.cat

info@itsyoursproductions.cat

+34 654 85 51 08

Sabadell



Informe previo de antecedentes sobre posibles identidades y parecidos.

Este informe se ha realizado utilizando bases de datos de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) y de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) con el objetivo de evitar la denegación por parte de la OEPM, oposición por parte de terceros y cualquier incumplimiento de la Ley de Marcas, informando al interesado de las posibilidades de éxito del registro.

Se incluye un análisis de las clases de Niza adecuadas a los productos y servicios indicados en la petición. Nuestro asesoramiento e informe previo de viabilidad no implica coste ni obligación por su parte.

REGISTRO DE MARCA NACIONAL IT'S YOURS PRODUCTIONS

RESULTADO DEL ESTUDIO: **FAVORABLE**



It's Yours Productions

Países donde causa sus efectos el registro: **ESPAÑA**

Denominación consultada: **IT'S YOURS PRODUCTIONS**

Clases de NIZA consultadas: **Todas**

Colores del logo: **BLANCO Y NEGRO**

CLASES DE NIZA RECOMENDADAS: 41

Clase 41: SERVICIOS DE VIDEO, SONIDO E ILUMINACION CONSISTENTES EN EL ALQUILER Y LA COLOCACION PREPARACION, INSTALACION Y FUNCIONAMIENTO DE LA ILUMINACION, SONIDO, VIDEO Y ESTRUCTURAS EN TODO TIPO DE EVENTOS

No se incursa en ninguna prohibición de la Ley de Marcas para las clases recomendadas.

Relación de Signos Distintivos cuya denominación consiste en:

IT'S YOURS PRODUCTIONS



REMOLQUES FORCAR
Universal Trailer, S.L.U.
855640627
Pl. Montserrat Canals, 8
43440 - L'Espluga de Francolí
Tarragona (España)
977 056 007

info@remolquesforcar.com
www.remolquescuni.com; www.remolquesforcar.com

PROFORMA

Nº	20200100404
Fecha Proforma	06/03/2020

Feliu Esteve Pons
C/ estrella 98
08201 Sabadell (BARCELONA)

NIF: 482714035

Código	Concepto	Cantidad	Precio unit.	Descuento	Total
ROADSTER 3	PANELES DE ALUMINIO ONNE L	1	400,00 €		400,00 €
ROADSTER 3	FORCAR ONNE L	1	4.590,00 €		4.590,00 €
BRACKET	SOPORTE RUEDA REPUESTO ONNE	1	59,00 €	20 %	47,20 €
020S1US50S	PLACA DE MATRÍCULA BLANCA	1	15,00 €	100 %	0,00 €
RAL 28020	COLOR NEGRO PREMIUM	1	299,00 €	20 %	239,20 €
185/70 R13	RUEDA 185/70 R13(5T 112 MB)	1	159,00 €	20 %	127,20 €

Total neto:	5.403,60 €
Base: 5.403,60 €, Total IVA (21%):	1.134,76 €
Total Proforma (EUR):	6.538,36 €

Observaciones

PLAZO DE ENTREGA APROXIMADO: 6 SEMANAS UNA VEZ FORMALIZADA LA RESERVA.

Importe pendiente: 6.538,36 €

Cta. Corriente: ES53 2100 0068 6702 0032 1317

De acuerdo con la LOPD, su Reglamento de desarrollo y el RGPD, Universal Trailer, S.L.U. garantiza la confidencialidad de los datos personales de sus clientes. Ahora sus datos forman parte de su base de datos con la única finalidad de prestarle los servicios que ha solicitado. Si desea ejercitar sus derechos, diríjase por escrito a Universal Trailer, S.L.U., Pl. Montserrat Canals, 8 CRTA N-240 KM 39 (EXPOSICIÓN I VENDA), 43440 L'Espluga de Francolí, Tarragona, España o por correo electrónico a info@remolquesforcar.com.

QÜESTIONARI ESTUDI DE MERCAT – IT'S YOURS PRODUCTIONS

1. De l'1 al 10, quina importància té per tu la il·luminació i el so en un esdeveniment?
2. Coneixies aquest sector?
 - Si
 - No
3. Coneixes empreses del sector?
 - Moltes
 - Poques
 - Cap
4. Per quin mitjà coneixies empreses del sector?
 - TV
 - Radio
 - Xarxes socials
 - Web
 - Influències/contactes
 - Opció lliure
5. Organitzes festes o esdeveniments amb freqüència?
 - Setmanalment (6)
 - Mensualment (6)
 - Anualment (6)
 - Mai (4)
6. Quina visió tens sobre aquest sector?
 - És només per a grans esdeveniments, cost elevat
 - No enganxa en petites festes
 - Té molt de joc en múltiples àmbits
 - Opció lliure
7. En quins escenaris penses que té més pes la il·luminació i el so?
 - Festes privades petites
 - Festes privades grans
 - Passarel·les
 - Teatres
 - Concerts
 - Animacions
 - Presentacions d'equips esportius
 - Opció lliure
8. Subcontractes la il·luminació i/o el so?
 - Il·luminació (8)
 - So (8)
 - Il·luminació i so (8)
 - No (7)
9. Per quin motiu no subcontractes aquests serveis?
10. Quan subcontractes, què busques en el servei?
 - Professionalitat/qualitat
 - Preu econòmic
 - Opció lliure
11. Has quedat satisfet amb el servei que t'han ofert?



Factura

Ref.: [REDACTED]

Fecha facturación: 29/04/2020

Fecha de vencimiento: 29/04/2020

Código cliente: [REDACTED]

Ref. presupuesto: PR0420-000307 / 28/04/2020

Emitor:

ClickDatos Seguridad de la Información S.L.
C. Baños 58bis, Entr. Drch.
02005 Albacete
Albacete

Teléfono: 910 052 842
Correo: clientes@clickdatos.es
Web: www.clickdatos.es

Enviar a:

FELIU ESTEVE PONS
C/ Estrella nº 98
08201 Sabadell
Barcelona

CIF/NIF: [REDACTED]

Importes visualizados en Euros

Descripción	IVA	P.U.	Cant.	Base imponible
PBMNC - Paquete Básico Registro Marcas en una clase de Niza .- Tasas administrativas Oficina Española de Patentes y Marcas. .- Solicitud de registro de marca en España denominativa, gráfica o mixta, primera clase. .- Envío telemático del número solicitud y número de expediente asignado. .- Envío de información sobre el proceso de registro de la marca. .- Envío de título de la concesión de marca registrada en España, válido durante 10 años. .- Defensa eventual ante posible suspenso de la OEPM durante el proceso de solicitud de registro.	21%	143,50413	1	143,50
TMN - Tasa Registro Marca Nacional Tasa Registro Marca Nacional o Nombre Comercial (Oficina Española Patentes y Marcas)	0%	125,36	1	125,36

Condiciones de pago: Pago a la firma del contrato

Base imponible 268,86
Total IVA 21% 30,14
Total 299,00

Pago mediante transferencia a la cuenta bancaria siguiente:

Banco: Sabadell

Código banco	Cód. sucursal	D. C.	Número cuenta
0081	7381	15	0001115519

Código IBAN: ES81 0081 7381 1600 0111 5519

ClickDatos Seguridad de la Información S.L. garantiza la protección y confidencialidad de los datos personales que nos proporcione, de acuerdo con lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos de Carácter Personal (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016. Sus datos de carácter personal tienen como finalidad gestionar las comunicaciones y relaciones empresariales. Podrá ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación o portabilidad en los términos establecidos en el RGPD. El responsable del tratamiento es ClickDatos Seguridad de la Información S.L., con domicilio en C. Baños, 58bis, 02005, Albacete.

Sociedad Limitada - CIF/NIF: B02471381

1/1

Factura patent marca It's Yours Productions (ClickDatos, 2020)